BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Merek **Pecel Lele Lela** merupakan singkatan dari **Pecel Lele Le**bih **La**ku.Pecel Lele Lela didirikan sejak tahun 2006, berawal dari sebuah ide untuk mengembangkan usaha makanan.Rangga Umara memilih Pecel Lele karena pasarnya yang sudah sangat luas dan sudah dikenal diseluruh Indonesia. Yang terpenting, usaha pecel lele selalu eksis dimana-mana dan tidak pernah mengenal krisis, hal ini disebabkan oleh bahan baku lele yang mudah di dapat dan margin penjualannya yang sangat tinggi.

Pecel Lele Lela sempat mendapat teguran dari Starbucks Coffee (kedai kopi internasional milik Amerika) yang menyatakan keberatan perihal “logo” Pecel Lele Lela yang mirip dengan logo Starbucks, tapi akhirnya masalah tersebut dapat di selesaikan secara damai (Mediasi).

Pecel Lele Lela yang pertama dan satu-satunya memberikan nilai tambah pada usaha pecel lele, sehingga Pecel Lele Lela sangat Optimis dan Yakin Pecel Lele Lela akan menjadi Pionir serta Pemimpin pasar usaha pecel lele modern di Indonesia. Sesuai mottonya, “Bersama Kami PECEL LELE AKAN MENDUNIA”

Selamat Pagi, Selamat Datang di Pecel Lele Lela” begitulah sapaan yang di ucapkan seluruh karyawan di warung Pecel Lele Lela setiap kali menyambut

pengunjung datang. Selalu pagi di Lele Lela, itulah kesan yang timbul saat menikmati hidangan lele (si hitam berkumis yang licin) di warung ini, karena walaupun siang atau malam hari, pengunjung akan tetap di sambut dengan sapaan selamat pagi.

Perusahaan akhirnya membuka cabang-cabang baru di berbagai tempat di Kota Bandung. Dan yang terbaru yaitu cabang di Jalan.Katamso yang akan di resmikan tahun 2011 yang lalu tepatnya dijalan Dipati Ukur No.248 Bandung. LELE AKAN MENDUNIA"

VISI & MISI

Visi

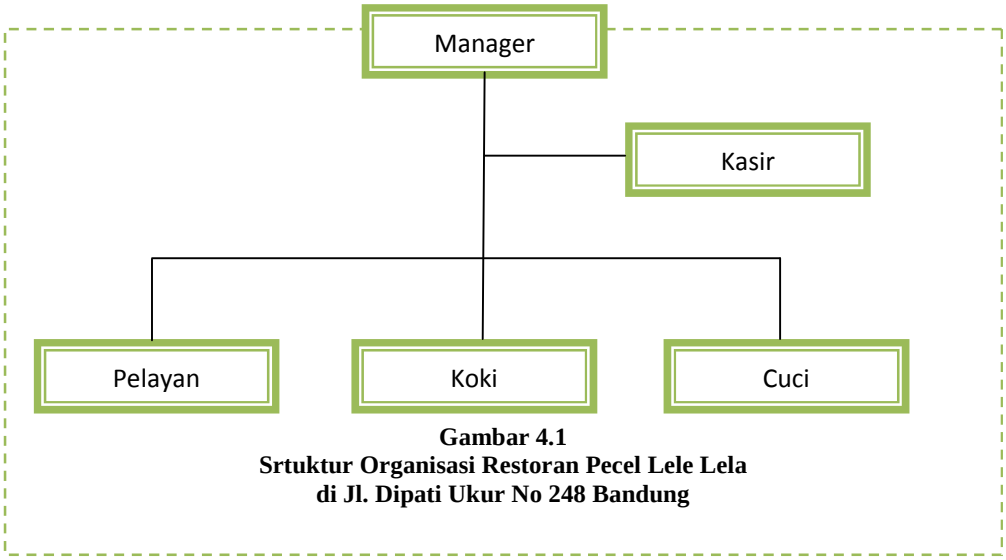
- Menjadi Brand Nasional dan Pemimpin pasar usaha pecel lele modern di Indonesia
- Menjadi Brand Nasional kebanggaan Indonesia, dan memberikaan manfaat yang seluas-luasnya bagi seluruh masyarakat, mitra usaha dan karyawan
- Membawa makanan tradisional khas Indonesia pada dunia internasional

Misi

- Menyediakan berbagai variasi produk hidangan lele yang enak dan unik
- Memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, dengan mengutamakan QSV = Quality, Service & Value
- Senantiasa berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mitra usaha

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penyelenggaraan kegiatan suatu organisasi atau perusahaan, karena didalam struktur organisasi terdapat garis pendelegasian wewenang yang seharusnya dilakukan. Berdasarkan kinerja dan prestasi yang telah dicapai oleh Restoran Pecel Lele Lela di Jl. Dipati Ukur No 248 Bandung. Stuktur organisasi Restoran Pecel Lele Lela di Jl. Dipati Ukur No 248 Bandung adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1
Srtuktur Organisasi Restoran Pecel Lele Lela
di Jl. Dipati Ukur No 248 Bandung

4.1.3 Deskripsi Jabatan di Restoran Pecel Lele Lela Cabang Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung

Berikut ini merupakan deskripsi kerja bagian yang ada di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

Manager

a) mengawasi pelaksanaan setiap kegiatan hotel yang dilakukan masing-masing departemen

b) memimpin, mengelola dan mengendalikan semua kegiatan operasional restoran agar dapat mencapai standar pelayanan yg telah ditetapkan agar mampu mencapai target dan pendapatan dan pengeluaran biaya sesuai dengan budget.

1. Marketing Manager

Mempunyai tugas dan tanggung jawab yaitu bertanggung jawab terhadap pengelolaan kegiatan sales dan marketing sesuai dengan standar yang telah digariskaan oleh perusahaan

2. Accounting Manager

a) Melaksanakan pengelolaan dan koordinator administrasi akuntansi
b) Melakasanaan pembinaan dan koordinasi administrasi akuntasndi
c) Bertanggung jawab atas perumusan dan pelkasanaan pencataatan, klasifikasi dan resume data accounting secra akurat.

3. Kasir

a) Sebagai pinu terakhir perusahaan yang melakukan trasnsaksi penjualan secra langsung dengan konsumen
b) Melayani dan menawarkan atas kegiatan atau promosi yang dilakukan pers
c) Memberikan hasil laporan penjualan terhadapa akunting setiap harinya

4. Waiter/waiteress

Menyajikan makanan dan minuman yang dipesan

5. Koki

a) Bertanggung jawab atas kelancaran kerja didapur
b) Menjaga kebersihan dan keselamatan kerja serta standar makanan

c) Melaksanakan tugas didapur dari mualai persiapan, pengolaan dan penyajian makanan

d) Menjaga kualitas dan kebersihan makanan yang disajikan kepada tamu

6. Cuci

Membersihkan peralatan makan dan menjada kebersihan restoran

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Restoran adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum.

Restoran selain harus memperhatikan cita rasa masakan yang harus enak dan tidak berubah dari waktu ke waktu juga harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan yang diberikan.Kualitas pelayanan itu meliputi karyawan yang ramah, sopan, tempat parkir yang luas, ruangan makan yang bersih dan cepat dalam melayani.

Restoran juga harus memiliki strategi 4P *(produk,price,place,promosi)* agar suatu perusahaan berjalan dengan baik,produk yang dimiliki harus mempunya cirri khas dan rasa yang enak agar menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian,selain itu harga yang diberikan harus sesuai dengan produknya dan lokasi yang strategis mudah terjangkau akan memudahkan konsumen untuk mengunjunginya ditambah promosi yang jitu akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian di restoran tersebut.

Restoran Pecele lele Lela di Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pangan.Restoran Pecele lele Lela di Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung lebih dikenal dengan sebutan Pecel Lele.Yang seluruh kegiatan perencanaan keuangan, pemasaran, pembayaran pajak dan lain-lain dipegang oleh seorang manager yang juga owner atau permilik Restoran Pecele lele Lela di Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

Restoran Pecele lele Lela di Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung buka setiap hari dari pukul 10.00 s/d 22.00.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran pecel Lele Lela yang berjumlah 980 orang kemudian diambil sampel 100 orang responden. Berikut ini adalah karakteristik responden yang mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan, status pernikahanpekerjaan dan pengeluaran biaya perbulan.Karakteristik ini masing-masing responden tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	67	67
Perempuan	33	33
Total	**100**	**100**

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 4.1 dan Diagram 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 67 orang (67%) dan

sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 33 orang (33%). Karena disekitar restoran leih banyak kantor-kantor.Menurut Schifman dan Kanuk (2004:57) jenis kelamin (gender) seringkali dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam perilaku konsumen.

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur	Frekuensi	%
20-34 tahun	40	40
35-50 tahun	33	33
51-66 tahun	27	27
Total	**100**	**100**

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 4.2 dan Diagram 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berumur antara 20-34 tahun sebanyak (40%), 35-50 tahun sebanyak 33 orang (33%) dan paling sedikit berumur antara 51-66 tahun sebanyak 27 orang (27%). Karena disekitar restoran banyak kantor-kantor. Menurut Philip Kotler (2002;183) usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi prilaku konsumen dalam pembelian.

Tabel 4.3
Status Pernikahan

Status	Frekuensi	%
Menikah	59	58
Belum Menikah	41	42
Total	**100**	**100**

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 4.3 dan Diagram 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sudah menikah sebanyak 59 orang (59%) dan sisanya belum

menikah sebanyak 41 orang (41%). Karena segmentasi resrotan adalah keluarga jadi konsumen yang datang lebih banyak yang sudah menikah.

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	**Frekuensi**	**%**
Pegawai negeri	4	4
Wiraswasta	17	17
Pegawai swasta	51	51
Pelajar/Mahasiswa	28	28
Total	**100**	**100**

Berdasarkan Tabel 4.4 dan Diagram 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa responden bekerja sebagai pagawai negeri sebanyak (4%), wiraswasta (17%), pegawai swasta sebanyak (51%), dan pelajar/mahasiswa sebanyak (28%). Dikarenakan lokasi restoran yang dikelilingi perkantoran.Menurut Schifman dan kanuk (2004:59) para pemasar tak jarang menggunakan jenis pekerjaan dalam mensegmentasikan konsumen mereka. Jenis pekerjaan seseorang menarik mereka dalam suatu lingkungan sosial yang ikut berperan dalam perilaku konsumen, termasuk proses keputusan pembelian.

Tabel 4.5
Pengeluaran PerBulan Responden

Pengeluaran	**Frekuensi**	**%**
< Rp.500.000	7	7
Rp.500.000-Rp.1.000.000	27	27
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	44	44
Rp.2.000.000-Rp.4.000.000	22	22
Total	**100**	**100**

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 4.5 dan Diagram 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pengeluaran perbulan antara < Rp.500.000

sebanyak (7%),Rp.500.000-Rp.1.000.000 sebanyak (27%), Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 sebanyak (44%) dan Rp.2.000.000-Rp.4.000.000 (22%).Karena harga di restoran ini yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

4.3 Variabel Penetapan Harga

Tanggapan Responden terhadap Penetapan Harga di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung

Tabel 4.6
Restoran Pecel Lele Lela memberikan harga Pecel Lele yang murah

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	6	6
Setuju	30	30
Kurang Setuju	6	6
Tidak Setuju	58	58
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatasdi atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa restoran pecel lele lela memberikan harga pecel lele yang murah. Dengan nilai 6%sangat setuju, 30% setuju, 6% Kurang setuju,58% tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut, restoran pecel lele lela dalam menentukan harga dirasa konsumen tidak murah.

Tabel 4.7
Restoran Pecel Lele Lela Memberikan Harga Lele Sesuai Dengan Jenisnya

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	3	3
Setuju	19	19
Kurang Setuju	21	21

Tidak Setuju	57	57
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa Restoran Pecel Lele Lela Memberikan Harga Lele Sesuai Dengan Jenisnya, dengan nilai 3%sangat setuju, 19% setuju, 21% Kurang setuju, 57% tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut sebagian besar konsumen merasakan harga yang ditetapkan kurang sesuai dengan jenis menu yang disajikan di restoran pecel lele lela Jl. Dipati Ukur N0.248 Bandung

Tabel 4.8

Restoran Pecel Lele Lela Sering Memberikan Potongan Harga khusus Terhadap Menu Pecel Lele

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	6	6
Setuju	14	14
Kurang setuju	14	14
Tidak Setuju	66	66
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela sering memberikan potongan harga khusus terhadap menu pecel lele. Dengan nilai 6%sangat setuju, 14% setuju, 14% kurang setuju, 66% tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut dikarenakan sebagian besar konsumen merasakan pemberian potongan harga di restoran pecel lele lela kurang efektif karena sebagian besar konsumen tidak merasakannya.

Tabel 4.9

Restoran Pecel Lele Lela Memiliki Harga Pecel Lele Sebanding Dengan Kualitasnya

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	5	5
Setuju	34	34
Kurang setuju	15	15
Tidak Setuju	46	46
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela memiliki harga Pecel Lele sebanding dengan kualitasnya. Dengan nilai 5% sangat setuju, 34% setuju, 15% kurang setuju, 46% tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut dikarenakan konsumen merasakan kualitas pecel lele lela kurang memuaskan di anggap biasa saja sama seperti pecel lele yang ada dipinggir jalan.

Tabel 4.10

Pecel Lele yang Dibeli Menunjukan Status Harga Gengsi

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	5	5
Setuju	12	12
Kurang setuju	20	20
Tidak Setuju	63	63
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Pecel Lele yang dibeli menunjukan status

harga gengsi. Dengan nilai 5%sangat setuju, 12% setuju, 20% kurang setuju, 63% tidak setuju.

skor aktual dan skor ideal mengunakan rumus sebagai berikut.

$$\% \text{ Skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber: Umi Narimawati, 2007

Keterangan:

a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertingi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertingi.

Analisis kualitatif diakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada variabel Penetapan harga. Berikut diuraikan hasil tanggapan responden mengenai penetapan harga di Restoran Pecel Lele Lela berdasarkan indikator:

Tabel 4.11
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Penetapan Harga

NO	Indikator	Skor aktual	Skor ideal	%
1	Memberikan harga Pecel Lele yang murah	284	500	56.8
2	Harga Lele sesuai dengan Jenisnya	268	500	53.6
3	Memberikan potongan harga khusus terhadap menu Pecel Lele	258	500	51.6
4	Harga lele sebanding dengan Kualitasnya	296	500	59.2
5	Pecel Lele yang dibeli menunjukan status harga gengsi	258	500	51.6
Total		1364	2500	54.56

Skor Total Penilaian Responden Terhadap Penetapan Harga

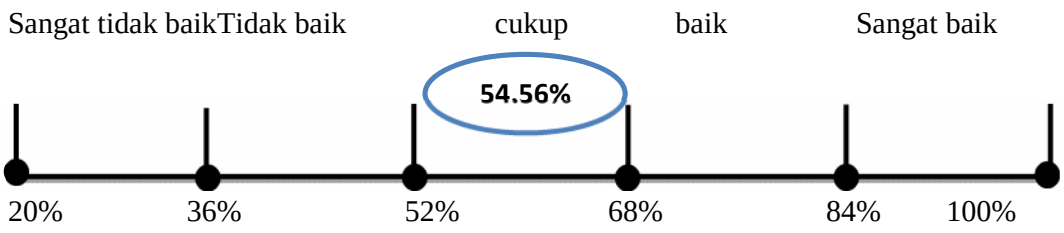
Skor Total	Skor Dalam %
1364	$\frac{1364}{5x5x100}\ x\ 100\% = 54{,}56\ \%$

Tabel 4.12

Pengkategorian Skor Jawaban

% Jumlah Skor	Tingkat criteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Setuju
36.01% - <52.00%	Tidak Setuju
52.01% - <68.00%	**Kurang Setuju**
68.01% - <84.00%	Setuju
84.01% - <100%	Sangat Setuju

Pada skor total penilaian dapat dilihat bahwa jumlah skor total yang diperoleh dari hasil penilaian responden terhadap penetapan harga adalah sebesar 1364 dengan hasil skor dalam persentase sebesar 54,56%. Dimana apabila dilihat dalam Tabel 4.12 berada dalam 52,01% - <68,00% dengan kriteria kurang setuju. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap penetapan harga kurang terjangkau. Jika digambarkan pada garis kontinum maka tampak sebagai berikut :



Gambar 4.2
Gambaran Kontinum Nilai Rata-Rata
Penetapan Harga pada Restoran pecel Lele Lela

Dengan demikian maka Penetapan Harga pada Restoran pecel Lele Lela tergolong cukup dengan persentase skor total sebesar 54.56% yang terletak antara rentang 52% - 68%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden pada Penetapan Harga pada Restoran pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No. 248 Bandung sudah dinilai cukup, dikarenakan pentapan harga yang diberikan restoran pecel lele lela kurang memuaskan para konsumennya.

4.4 Variabel Lokasi

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator lokasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Lokasi Restoran Lecel Lele Lela Mudah Dijangkau Oleh Konsumen

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	4	4
Setuju	23	23
Kurang setuju	7	7
Tidak Setuju	66	66
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Lokasi Restoran Pecel Lele Lela mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan nilai 4%sangat setuju, 23% setuju, 7% kurang setuju, 66% tidak setuju. Konsumen beranggapan merasa masih mengalami kesulitan dalam mencapai lokasi restoran pecel lele lela.dikarenakan sering terjadi kemacetan disekitar jalan menuju restoran tersebut.

Tabel 4.14

Restoran Pecel Lele Lela Memiliki Alur Lalu Lintas Yang Baik

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	0	0
Setuju	30	30
Kurang setuju	20	20
Tidak Setuju	50	50
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela memiliki alur lalu lintas yang baik. Dengan nilai 30% setuju, 20% kurang setuju, 50% tidak setuju.

Tabel 4.15

Restoran Pecel Lele Lela Memiliki Tempat Parkir Yang Memadai

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	4	4
Setuju	29	29
Kurang setuju	6	6
Tidak Setuju	61	61
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela Memiliki tempat parkir yang memadai. Dengan nilai 4% sangat setuju, 29 setuju, 6% kurang setuju, 61% tidak setuju. Dikarenakan konsumen merasakan tempat parkir direstoran

Pecel Lele Lela masih kurang memadai atau lahan tempat parkirnya terlalu sempit.

Tabel 4.16

Restoran Pecel Lele Lela Dilalui Oleh Angkutan Umum

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	1	1
Setuju	32	32
Kurang setuju	6	6
Tidak Setuju	61	61
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran pecel lele lela dilalui oleh angkutan umum, dengan nilai 1% sangat setuju, 32% setuju, 6% kurang setuju, 61% tidak setuju.

Tabel 4.17

Restoran Pecel Lele Lela Memiliki Tempat Yang Strategis

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	4	4
Setuju	29	29
Kurang setuju	8	8
Tidak Setuju	59	59
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela memiliki tempat yang strategis. Dengan nilai 4 % sangat setuju, 29% setuju, 8 % kurang setuju,

59% tidak setuju. dikarenakan konsumen merasakan bahwa restaoran Pecel Lele Lela kurang strategis dengan lokasi Restoran tersebut.

Table 4.18
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Lokasi

NO	Indikator	Skor actual	Skor ideal	%
1	Lokasi mudah dijangkau konsumen	265	500	53
2	Restoran memiliki alur lalu lintas baik	280	500	56
3	memiliki tempat parkir yang memadai	276	500	55.2
4	Restoran dilalui oleh angkutan umum	273	500	54.6
5	Restoran memiliki tempat yang strategis	278	500	55.6
Total		1372	2500	54.88

Skor Total Penilaian Responden Terhadap Lokasi

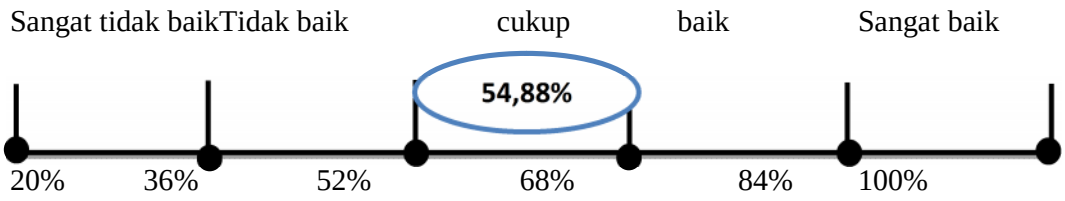
Skor Total	Skor Dalam %
1372	$\frac{1372}{5x5x100}\ x\ 100\% = 54{,}88\ \%$

Tabel 4.19
Pengkategorian Skor Jawaban

% Jumlah Skor	Tingkat criteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Setuju
36.01% - <52.00%	Tidak Setuju
52.01% - <68.00%	**Kurang Setuju**
68.01% - <84.00%	Setuju
84.01% - <100%	Sangat Setuju

Pada skor total penilaian dapat dilihat bahwa jumlah skor total yang diperoleh dari hasil penilaian responden terhadap lokasi adalah sebesar 1372 dengan hasil skor dalam persentase sebesar 54,88%. Dimana apabila dilihat dalam

Tabel 4.19 berada dalam 52,01% - <68,00% dengan kriteria kurang setuju. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap lokasi kurang setrategis. Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.3
Gambaran Garis Kontinum Variabel
Lokasi Pada Restoran Pecel Lele Lela

Dengan demikian maka lokasi Restoran Pecel Lele Lela cukup dengan persentase skor total sebesar 54,88% yang terletak antara rentang 52%-68%Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden pada Lokasi Restauran Pecel Lele Lela sudah dinilai Cukup strategis, karena konsumen merasakan bahwa lokasinya kurang strategis untuk dikunjungi.

4.5 Variabel Minat Beli Konsumen

.Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator minat beli dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.20

Restoran Pecel Lele Lela Mempunyai Beragam Menu Lele Yang Menarik

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	1	1
Setuju	27	27
Kurang setuju	11	11
Tidak Setuju	61	61

Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela mempunyai beragam menu lele yang menarik. Dengan nilai 1%sangat setuju, 27% setuju, 11% kurang setuju, 61% tidak setuju. Konsumen merasakan menu lele yang disajikan dianggap biasa saja.

Table 4.21

Restoran Pecel Lele Lela Mempunyai Rasa Lele Yang Enak

Kategori	frek	%
Sangat Setuju	8	8
Setuju	31	31
Tidak setuju	6	6
Tidak Setuju	55	55
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela mempunyai Rasa Lele yang enak. Dengan nilai, 8% sangat setuju, 31% setuju , 6% kurang setuju, 55% tidak setuju.

Table 4.22

Restoran Pecel Lele Lela Memiliki Citra Rasa Yang Khas Dalam Setiap Menu Lele

Kategori	Frek	%
Sangat Setuju	5	5
Setuju	35	35
Kurang setuju	6	6

Tidak Setuju	54	54
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**100**	**100**

Berdasarkan pada tabel diatas di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju Restoran Pecel Lele Lela memiliki citra rasa yang khas dalam setiap menu lele. Dengan nilai 5%sangat setuju, 35% setuju, 6% kurang setuju, 54% tidak setuju. Dikarenakan sebagian besar konsumen merasakan citra rasa menu pada pecel lele lela tidak memiliki ciri khas yang begitu berarti .

Berikut diuraikan hasil tanggapan responden mengenai minat beli konsumen pada Restauran Pecel Lele Lelaberdasarkan indikator:

Table 4.23

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Konsumen

NO	Indikator	Skor actual	Skor ideal	%
1	Restoran Pecel Lele Lela mempunyai beragam menu Lele yang menarik	258	500	51.4
2	Restoran Pecel Lele Lela mempunyai rasa lele yang enak	292	500	58.4
3	Restoran Pecel Lele Lela memiliki citra rasa yang khas dalam setiap menunya	291	500	58.2
Total		841	1500	57

Skor Total Penilaian Responden Terhadap Minat Beli Konsumen

Skor Total	Skor Dalam %

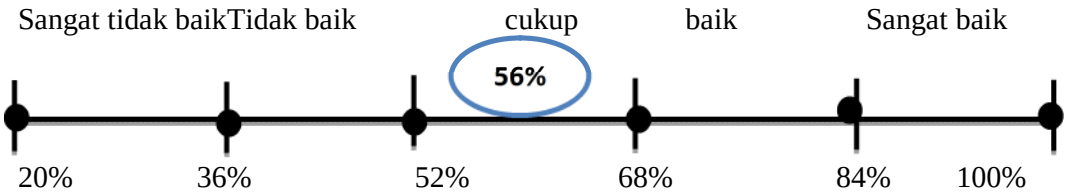
841	$\frac{841}{5x3x100}\ x\ 100\% = 56{,}06\ \%$

Tabel 4.24

Pengkategorian Skor Jawaban

% Jumlah Skor	Tingkat kriteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Setuju
36.01% - <52.00%	Tidak Setuju
52.01% - <68.00%	**Kurang Setuju**
68.01% - <84.00%	Setuju
84.01% - <100%	Sangat Setuju

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah skor total yang diperoleh dari hasil tanggapan responden terhadap minat beli konsumen adalah sebesar 841 dengan hasil skor dalam persentase sebesar 56,06%. Dimana apabila dilihat dalam Tabel 4.24 berada dalam 52,01% - <68,00% dengan kriteria kurang setuju. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap minat beli konsumen kurang diminati oleh konsumen. Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.4

Gambaran Garis Kontinum Variabel

Minat Beli Restauran Pecel Lele Lela

Dengan demikian maka minat beliRestauran Pecel Lele Lelatergolong cukupdengan persentase skor total sebesar 56% yang terletak antara rentang 52%-68%.Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden pada Restauran Pecel Lele Lela sudah dinilai cukup, karena restauran Pecel Lele Lela kurang mengundang daya tarik konsumen untuk berkunjung.

4.6 Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur N0. 248 Bandung

Untuk melihat apakah Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela jl. Dipati Ukur No. 248 Bandung akan dilakukan analisis regresi linier berganda.

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dimaksusdkan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel. Tujuannya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan nilai variabel lain.

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan:

Y = nilai taksiran untuk variabel minat beli konsumen
a = konstanta
Bi = koefisien regresi
X_1 = penetapan harga
X_2 = Lokasi

Untuk menentukan nilai koefisien regresi terlebih dahulu menentukan nilai-nilai statistik berikut ke dalam rumus sebagai berikut:

a. $\sum x_1^2 = \sum x_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$

$\rangle\ x_1^2 = 7926.72 - \frac{702737.1106404430000}{100}$

$\rangle\ x_1^2 = 7926.72 - 7027.371106$

$\sum x_1^2 = 907.44$

b. $\sum x_2^2 = \sum x_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$

$\rangle\ x_2^2 = 5338.49 - \frac{473449.187500370}{100}$

$\rangle\ x_2^2 = 5338.49 - 4734.491875$

$\rangle\ x_2^2 = 776.42$

c. $\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$

$\rangle\ y^2 = 2940.07 - \frac{253897.143144307}{100}$

$\rangle\ y^2 = 2940.07 - 2538.971431$

$\rangle\ y^2 = 404.42$

d. $\sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)\ X\ (\sum Y)}{n}$

$\rangle \quad x_1 y = 4636.87 - \frac{422401.402427943}{100}$

$\rangle \quad x_1 y = 4636.87 - 4224.5772068$

$\rangle \quad x_1 y = 417.98$

e. $\sum \quad x_2 y = \sum \quad X_2 Y - \frac{(\sum X_2)\, X\, (\sum Y)}{n}$

$\rangle \quad x_2 y = 3834.72 - \frac{346709.980916294}{69}$

$\rangle \quad x_2 y = 3834.72 - 3467.9417524$

$\rangle \quad x_2 y = 438.47$

f. $\sum \quad x_1 x_2 = \sum \quad X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)\, X\, (\sum X_2)}{n}$

$\rangle \quad x_1 x_2 = 6197.17 - \frac{576810.400938025}{100}$

$\rangle \quad x_1 x_2 = 641.97 - 5768.397115$

$\rangle \quad x_1 x_2 = 616.65$

Tabel 4.25
Perhitungan Manual Regresi Linier Berganda (X_1 dan X_2 terhadap Y)

Tabel Bantu

No	X_1	X_2	Y	X_1'	X_2'	Y'
1	5.00	5.00	3.00	25.00	25.00	9.00
2	5.96	5.00	4.13	35.52	25.00	17.02
3	5.00	6.06	4.81	25.00	36.71	23.18
4	7.18	6.22	3.00	51.58	38.71	9.00
5	6.15	6.06	3.00	37.82	36.71	9.00
6	6.69	6.03	3.00	44.73	36.33	9.00

7	6.69	6.68	4.13	44.73	44.66	17.02
8	6.69	5.00	3.00	44.73	25.00	9.00
9	6.69	5.00	4.81	44.73	25.00	23.18
10	8.86	10.98	7.84	78.54	120.61	61.41
..	..	..	..	..	..	..
100	17.48	13.31	7.28	305.46	177.29	52.93
Jumlah	ΣX_1	ΣX_2	ΣY	$\Sigma X_1'$	$\Sigma X_2'$	$\Sigma Y'$
	833.45	842.62	500.99	7853.90	7876.43	2914.30
Rata-Rata	833.45	842.62	500.99			

X1Y	X2Y	X1X2
15.00	15.00	25.00
24.59	20.63	29.80
24.07	29.17	30.29
21.55	18.67	44.68
18.45	18.18	37.26
20.06	18.08	40.31
27.59	27.57	44.69
20.06	15.00	33.44
32.20	24.07	33.44
69.45	86.06	97.33
..	..	..
..	..	..
127.16	96.87	232.71
$\Sigma(X'_1)^2$	$\Sigma(X'_2)^2$	$\Sigma(X'_1)(X'_2)$
4593.49	4659.88	7639.47

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

ΣX_1	=	7853.90	$\Sigma(X'_1)^2$	=	4593.49
ΣX_2	=	7876.43	$\Sigma(X'_2)^2$	=	4659.88
ΣY	=	2914.30	$\Sigma(X'_1)(X'_2)$	=	7639.47
$\bar{X}_1$	=	833.45			
$\bar{X}_2$	=	842.62			
$\bar{Y}$	=	500.99			

Maka diperoleh:

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{249363.8134 - 157734.3582}{543021.6709 - 184093.867680591}$$

$$b_1 = 0.167$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{330623.3949 - 177140.9139}{543201.6709 - 184093.867680591}$$

$$b_2 = 0.432$$

$$a = \frac{\sum y}{n} - b_1\left(\frac{\sum x_1}{n}\right) - b_2\left(\frac{\sum x_2}{n}\right)$$

$$a = \frac{503.88 - 213.8979915}{100}$$

$$a = \frac{-4.10}{100}$$

$$a = -0.023$$

Maka, nilai nilai kontstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \mathbf{-0.023 + 0.167X_1 + 0.432X_2}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data penentuan harga dan lokasi terhadap minat beli di atas selain dapat diperhitungkan secara manual, dapat juga menggunakan bantuan SPSS.17 sehingga diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

Table 4.26
Penetapan Harga (X_1) Dan Lokasi (X_2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.023	.402		-.057	.955			
	PENGARUG HARGA	.167	.060	.250	2.789	.006	.690	.273	.170
	LOKASI	.432	.065	.599	6.678	.000	.782	.561	.406

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti diuraikan pada tabel diatas makadapat dibentuk persamaan regresi Penetapan Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen sebagai berikut.

$\hat{Y} = -0.023 + 0.167X_1 + 0.432X_2$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

a = -0.023artinya : jika penentuan harga dan lokasi nol (0) satuan maka Perilaku minat beli konsumen bernilai -0.023 satuan.

b1 = 0.167artinya : jika penentuan harga meningkat sebesar satu satuan sementara lokasi konstan maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0.167 satuan.

b2 = 0.432artinya : jika lokasi meningkat sebesar satu satuan sementara penetapan harga konstan maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0.432 satuan.

Pada persamaan regresi diatas, dapat dilihat koefisien regresi dari kedua variabel independen X_1 bertanda negative dan X_2bertanda positif yang menunjukkan bahwa penentuan harga dan lokasi yang baik akan meningkatkan minat beli konsumen pada pecel lele lela..

4.6.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier di antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut akan diuraikan analisis korelasi baik korelasi parsial maupun korelasi berganda.

Untuk memahami bagaimana menerapkan rumus korelasi ganda dari penelitian, berikut ini disampaikan contoh perhitungannya.

$$R_{y.12} = \sqrt{\frac{r_{y1}^2 + r_{y2}^2 - 2r_{y1}r_{y2}r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

$$r_{y.12} = \frac{1.03038499105702 - 0.597783354}{0.6610904805961172}$$

$$r_{y.12} = \frac{0.43260163702861}{0.6610904805961172}$$

$$r_{y.12} = 0.65437156$$

$$r_{y.12} = 0.801$$

Dari perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai hubungan korelasi ganda dari penelitian adalah sebesar 0.801 Hal ini juga didapatkan

melalui bantuan SPSS.17 sehingga diperoleh hasil regresi berganda yang dapat kita lihat pada tabel 4.27 bawah ini.

Tabel 4.27
Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801[a]	.641	.634	1.223

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGARUG HARGA

Dengan nilai R (0, 801) pada tabel 4.27 menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (penetapan harga dan lokasi) secara simultan dengan minat beli konsumen .Jadi diketahui bahwa secara simultan kedua variabel independen (penetapan harga dan lokasi) memiliki hubungan yang kuat dengan minat beli konsumen.

4.6.2.1 Analisis Korelasi Parsial Antara Penetapan Harga X_1 dengan Minat Beli Konsumen Y

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Penetapan Harga X_1 dengan Minat Beli Konsumen Y sebagai beriku:

Tabel 4.28
Koefisien Korelasi Parsial Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690[a]	.476	.471	1.470

a. Predictors: (Constant), PENGARUG HARGA

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara penetapan harga dengan minat beli konsumen sebesar 0,690. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara penetapan harga dengan minat beli adalah searah, dimana semakin besar penetapan harga akan diikuti oleh semakin besarnya minat beli konsumen. Nilai 0,690 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara penetapan harga dengan minat beli berada dalam kategori hubungan yang sangat longgar atau dapat diabaikan.

4.6.2.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Lokasi X_2 dengan Minat Beli Konsumen Y

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Lokasi X_2 dengan Minat Beli Konsumen Ysebagai berikut:

Tabel 4.29
Koefisien Korelasi Parsial Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782[a]	.612	.608	1.265

a. Predictors: (Constant), LOKASI

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara lokasi dengan minat beli konsumen sebesar 0,782. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara lokasi dengan minat beli adalah searah, dimana semakin besar lokasi akan diikuti oleh semakin besarnya minat beli konsumen. Nilai 0, 782 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara lokasi dengan minat beli berada dalam kategori hubungan yang sangat longgar atau dapat diabaikan.

4.6.2.3 Analisis Korelasi Simultan Antara Penetapan Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) dengan Minat Beli Konsumen (Y)

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel penetapan harga (X1) dan lokasi (X2) terhadap variable minat beli konsumen (Y) secara bersamaan.

Dari perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai hubungan korelasi ganda dari penelitian adalah sebesar 0.801 Hal ini juga didapatkan melalui bantuan SPSS.17 sehingga diperoleh hasil regresi berganda yang dapat kita lihat pada tabel 4.30 bawah ini:

Tabel 4.30

Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801[a]	.641	.634	1.223

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGARUG HARGA

Dengan nilai R (0, 801) pada tabel 4.28 menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (penetapan harga dan lokasi) secara simultan dengan minat beli konsumen.Jadi diketahui bahwa secara simultan kedua variabel independen (penetapan harga dan lokasi) memiliki hubungan yang kuat dengan minat beli konsumen.

4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai R-Square.Koefisien determinasi berfungsi untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga dan lokasisecara simultan terhadap minat beli konsumen.

Koefisien Determinasi (R^2)

$$Kd = r^2 \; x100\%$$

Keterangan : KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kd = 0,801² × 100%

= 64.1 %

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.31
Koefisien Korelasi Determinasi Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801[a]	.641	.634	1.223

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGARUG HARGA

Dari tabel hasil output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0.641 atau 64.1% Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga dan lokasi secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel minat beli konsumen sebesar 64.1% sedangkan sisanya sebesar 100% - 64.1% = 35.9% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Besarnya dampak dari masing-masing variabel independen terhadap minat beli konsumen dapat dihitung dari hasil perkalian nilai *standardized coefficients* dengan *zero order correlation* yang terdapat pada tabel 4.26

❖ Penetapan harga terhadap minat beli konsumen

= 0.250 x 0.690 = 0.173 atau 17.3%.

❖ Besarnya dampak lokasi terhadap minat beli konsumen

= 0.599x 0.747 = 0.348 atau 44.8%.

Berdasarkan hasil perhitungan besarnya dampak/pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat beli konsumen dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel independen, lokasi memberikan dampak yang lebih besar terhadap minat beli konsumen pada Restoran Pecel Lele Lela.

4.6.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan di uji adalah pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

4.6.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Untuk menguji apakah variabel penetapan harga dan lokasi secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H0 : β1=0 Artinya, tidak terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasiterhadap minat beli konsumen.

H1 : βi≠0, Artinya, terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima Ha jika nilai F-hitung < F-tabelNilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut

Tabel 4.32
Hasil Uji Hipotesis Statistik (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.267	2	129.633	86.631	.000[a]
	Residual	145.150	97	1.496		
	Total	404.416	99			

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGARUG HARGA

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 86.631 Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α = 0,05, db1=2 dan db2=97, diketahui nilai F tabel sebesar 3.14 Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (86.631) > F tabel (3.14), sehingga H0 diterima dan Ha ditolak, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari penetapan harga(X1) dan lokasi (X2) terhadap minat beli konsumen (Y).

Untuk melihat lebih rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

4.6.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

a. **Pengujian Penetapan Harga:**

Ho : β1= 0 penetapan harga dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Ha : β1≠0 penetapan harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung lebih besar dari t tabel, terima dalam hal lainnya.

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X1 sebagai berikut:

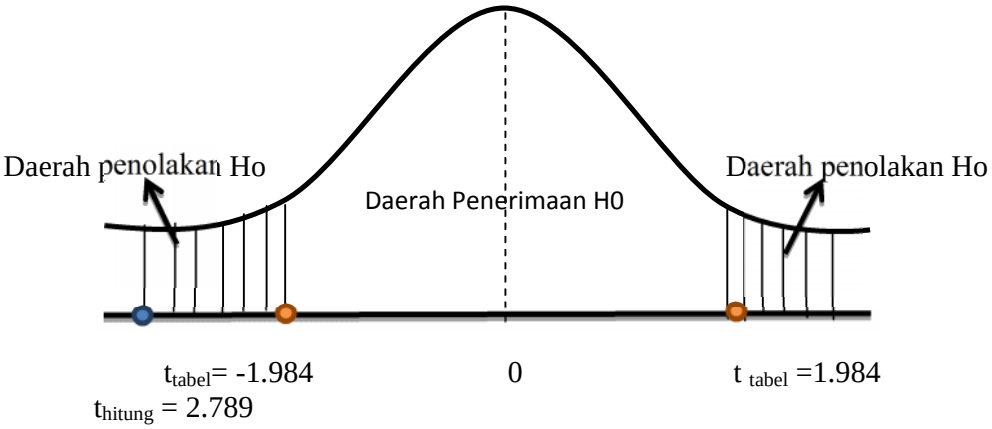
Tabel 4.33
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Penetapan harga

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.023	.402		-.057	.955			
	PENGARUG HARGA	.167	.060	.250	2.789	.006	.690	.273	.170
	LOKASI	.432	.065	.599	6.678	.000	.782	.561	.406

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk *penetapan harga* sebesar 2.789 Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1.984Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 2.789 berada diluar kedua nilai t $_{tabel}$ (2.789 dan 1.984), maka Ho ditolak artinya penetapan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian parsial X1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.5
Kurva Uji Hipotesis Parsial Penetapan Harga

Pengujian Lokasi:

Ho : β1= 0 penetapan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : β1≠0 penetapan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemeblian.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung lebih besar dari t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X2 sebagai berikut:

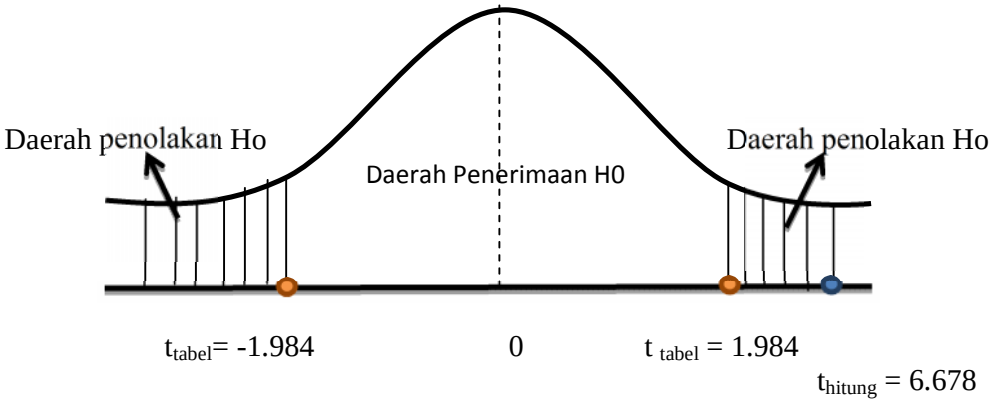
Tabel 4.34
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) lokasi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.023	.402		-.057	.955			
	PENGARUG HARGA	.167	.060	.250	2.789	.006	.690	.273	.170
	LOKASI	.432	.065	.599	6.678	.000	.782	.561	.406

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk lokasi sebesar 6.678. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1.1.984 Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 6.678 berada diluar kedua nilai t_{table}, maka Ho ditolak artinya lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.6
Kurva Uji Hipotesis Parsial Lokasi

- Pengambilan keputusan hipotesis

Berdasarkan gambar 4.4 dan gambar 4.5 diatas dapat dilihat bahwa Ha diterima, Penetapan harga dan Lokasit$_{hitung}$ lebih besar dari t$_{tabel}$ berikut hasil penilaiannya; nilai t$_{hitung}$ (2.789) variabel penetapan harga X_1 dan nilai thitung (6.678) variable lokasi X_2 lebih besar dari t$_{tabel}$ (1.984), hal ini dapat dilihat dari daftar tabel 4.32 dengan membandingkannya melaui t$_{tabel}$. Dengan demikian tingkat kekeliruan kedua variabel independent tersebut adalah sama 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Ha diterima, artinya dengan tingkat kepercayaan 95% , yang berarti bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Secara parsial mempunyai pengaruh, dan mempunyai hubungan yang positif menunjukkan bahwa lokasi tanpa disadari dapat meningkatkan minat beli konsumen.