

## **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SOTO BETAWI**

**Muhammad Rezki Sanubari Rannu<sup>\*1</sup>, Andi Ummul Khair<sup>2</sup>, Andi Ircham Hidayat<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel

<sup>3</sup>Prodi Sistem dan Teknologi Informasi, ITB Nobel

*e-mail:* <sup>\*1</sup>[sanubarirezki@gmail.com](mailto:sanubarirezki@gmail.com), <sup>\*2</sup>[andiummulkhair@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:andiummulkhair@stienobel-indonesia.ac.id),

<sup>\*3</sup>[ircham@nobel.ac.id](mailto:ircham@nobel.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi (2) Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi (3) Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi.

Sampel penelitian sebanyak 98 responden yang merupakan konsumen Rumah Makan Soto Betawi, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial sedangkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi (2) Secara simultan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi (3) Variabel Kualitas Pelayanan yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi.

**Kata kunci :** Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

### **Abstract**

*This study aims to determine (1) The effect of price, product quality, and service quality partially on purchasing decisions at Soto Betawi Restaurant (2) The simultaneous effect of price, product quality, and service quality on purchasing decisions at Soto Betawi Restaurant (3) To find out the most influential variables on consumer purchasing decisions at Soto Betawi Restaurant.*

*The research sample consisted of 98 respondents who were consumers of Soto Betawi Restaurant. This research used multiple linear regression analysis methods by collecting data using a questionnaire with a Likert scale.*

*The results of this study indicate that (1) Price has no significant effect partially while Product Quality and Service Quality have a partial significant effect on purchasing decisions at Soto Betawi Restaurant (2) Simultaneously Price, Product Quality, and Service Quality have a significant effect on purchasing decisions at Soto Restaurant Betawi (3) Service Quality Variable that has the most influence on purchasing decisions at Soto Betawi Restaurant.*

**Keywords:** Price, Product Quality, Service Quality, and Purchase Decision.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat pada saat ini, salah satunya adalah kebutuhan dasar dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang sangat beragam. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah pangan. Kebutuhan manusia dapat diperoleh dengan memasaknya atau membelinya dari sebuah restoran, rumah makan ataupun kafe. Fenomena ini sangat menarik untuk diamati dalam perkembangan persaingan bisnis di Indonesia karena pada saat ini keadaan persaingan fast food restaurants semakin menjamur semenjak adanya pandemi covid-19 (Widodo, 2022).

Konsumen melakukan pembelian karena adanya keinginan dari dalam dirinya seperti rasa lapar sehingga membeli suatu produk makanan. Konsumen membeli produk berulang kali atau di katakan menjadi loyal ketika adanya pengalaman pribadi atau kelompok dalam membeli suatu produk makanan yang memberikan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua ataupun lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Suawa et al., 2019).

Penerapan strategi suatu pemasaran yang baik dan tepat dapat mempengaruhi konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian dalam suatu produk. Keputusan pembelian merupakan keputusan terhadap produk, harga, pelayanan dan tempat dari suatu perusahaan. Pada saat ini hal yang sering terjadi merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen. Harapan konsumen cenderung lebih besar daripada nilai yang diterima oleh konsumen. Jika hal ini terjadi terus menerus akan membuat konsumen beralih ke produk pesaing. Sehingga hal ini perlu diperhatikan secara serius oleh perusahaan jika ingin bertahan lama di era globalisasi saat ini (Mamonto et al., 2021).

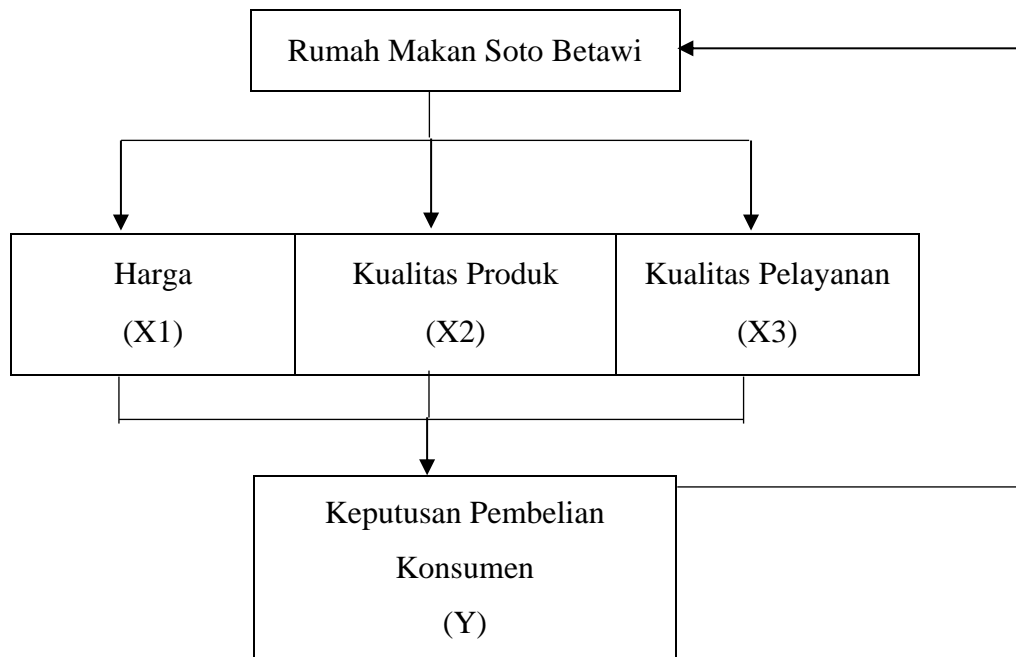
Usaha rumah makan adalah salah satu usaha yang menjanjikan, tuntutan pasar akan makanan yang tinggi dan disertai dengan minat beli masyarakat yang sangat potensial. Saat ini usaha rumah makan atau restoran menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, dapat dilihat dengan semakin banyaknya rumah makanan siap saji yang merambah di Kota Makassar. Salah satu rumah makan yang berkembang di Kota Makassar saat ini adalah Rumah makan Soto Betawi. Adapun hal yang menarik dari rumah makan ini adalah terlihat selalu ramai dikunjungi oleh konsumen baik pada saat makan siang, dan makan malam ataupun saat akhir pekan. Rumah makan Soto Betawi merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak di bidang kuliner dan menjadi salah satu inovasi rumah makan yang memiliki gambaran tersendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen yaitu menu makanan yang khas.

Standar menu masakan adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan agar kualitas rasa tetap terjaga. Soto Betawi yang identik dengan bumbu yang pekat dan bumbu rempah-rempah yang komplit membuat cita rasa Soto Betawi berbeda dengan Soto lain. Dapat dilihat masih sangat banyak para pengelola rumah makan yang mengabaikan aspek penting dalam bisnis ini yaitu Kualitas Sumber Daya Manusia dalam memberikan pelayanan yang terbaik, baik di bagian pelayanan (service) maupun dibagian pengolahan masih banyak dari mereka yang tidak memahami bahwa sangat penting menjaga kualitas makanan atau minuman dan pelayanan di rumah makan yang dikelolanya demi memuaskan konsumen.

Banyak atau sedikitnya pengunjung rumah makan atau restoran dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor media sosial, lokasi yang mudah dijangkau, pengaruh teman, harga makanan yang sesuai dengan rasa, cita rasa makanan, pelayanan dan porsi makanan. Faktor-faktor tersebut merupakan salah satu kunci paling penting yang harus diperhatikan oleh pemilik rumah makan atau pengusaha agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta rumah makan tetap ramai dengan pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, dalam masalah melakukan keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi terdapat beberapa produk atau makanan yang dinilai tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pihak Rumah Makan Soto Betawi. Perilaku konsumen adalah salah satu unsur yang paling penting dalam pemasaran yang sudah seharusnya perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam hal ini adalah Rumah Makan Soto Betawi untuk mendapatkan minat beli konsumen sekaligus tetap mempertahankan kepercayaan konsumen.

**Gambar 1. Kerangka Pikir**



**HIPOTESIS PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan serta tujuan dari penelitian ini maka hipotesis yang diangkat adalah :

1. Diduga harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah makan Soto Betawi.
2. Diduga harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Rumah makan Soto Betawi.
3. Diduga kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini, Penulis mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan cara menyebarkan pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner untuk dijawab dan diisi, dan diberi nilai. Kuisisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan secara tertulis, kemudian akan disebarkan kepada seseorang atau sekumpulan orang untuk menjawab atau memberi tanggapan dari informasi yang diperlukan penulis.

Metode analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Analisis Regresi Berganda, Uji T, dan Uji F. Menggunakan analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing memiliki hubungan positif atau negatif dan dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang biasa digunakan berskala interval atau rasio.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah valid atau tidak suatu item pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner dengan kriteria penilaian apabila r hitung > r tabel maka item pernyataan dalam kuesioner tersebut dikatakan dan dinyatakan valid. Hasil Uji Validitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Corrected Item (R-hitung)</i>	R-tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0.848	0.202	Valid
	X1.2	0.760	0.202	Valid
	X1.3	0.765	0.202	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.769	0.202	Valid
	X2.2	0.820	0.202	Valid
	X2.3	0.823	0.202	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.880	0.202	Valid
	X3.2	0.797	0.202	Valid
	X3.3	0.813	0.202	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0.820	0.202	Valid
	Y1.2	0.769	0.202	Valid
	Y1.3	0.854	0.202	Valid

Berdasarkan hasil dari uji validitas, diperoleh hasil r hitung > r tabel pada masing-masing variabel yaitu variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan keputusan pembelian (Y) dengan r tabel dan N = 98 Responden yaitu 0,202 dan diketahui hasil r hitung tiap item lebih besar dari 0,202 sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki kevalidan pada seluruh item kuesionernya.

### Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menguji suatu keandalan merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja yaitu pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur hubungan antar jawaban pertanyaan, pengukuran dilakukan dengan cara mencoba instrumen yang bila digunakan beberapa kali dalam mengukur objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama.

**Tabel 2. Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0.700	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	0.727	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0.775	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.763	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel menghasilkan nilai *Cronchbach Alpha* lebih dari 0,60. Maka seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Uji Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah terdapat Efikasi Diri (X1) dan Kemampuan Adaptasi (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y).

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std.Error	Beta		
1	(constant)	2.055	1.227		1.675	.097
	Harga	.024	.077	.027	.310	.757
	Kualitas Produk	.363	.100	.335	3.634	.000
	Kualitas Pelayanan	.456	.106	.427	4.317	.000

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,055 + 0,024 + 0,363 + 0,456 + e$$

Adapun uraian penjelasan hasil persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

1.  $b_0$  = Nilai konstanta yang diperoleh adalah 2,055, artinya apabila variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan bernilai sama dengan 0, maka variabel keputusan pembelian (Y) sama dengan 2.055 (positif) atau mengalami kenaikan.
2. 0,024 = Nilai koefisien regresi pada variabel harga adalah 0,024 yang berarti bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. 0,363 = Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk adalah 0,363 yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. 0,456 = Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,456 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dari persamaan Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hasil analisis juga menyatakan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 0,456.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besarnya kontribusi atau berapa persen pengaruh variabel independen (X) yaitu harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain, variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X sebesar  $r^2\%$  dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

**Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate	Durbin-Watson
1	(.694 <sup>a</sup> )	.482	.465	.95615	1.821

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai korelasi sebesar R Square = 0,482 yang berarti bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh sebesar 48,2% terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

#### Uji T (Parsial)

Uji t dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan) secara parsial terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Pengujian dilakukan untuk membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Jika  $\alpha > 0.50$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, dan jika  $\alpha < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**Tabel 4. Uji T (Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
		1	(constant)	2.055		
	Harga	.024	.077	.027	.310	.757
	Kualitas Produk	.363	.100	.335	3.634	.000

	<b>Kualitas Pelayanan</b>	.456	.106	.427	4.317	.000
--	---------------------------	------	------	------	-------	------

Berdasarkan tabel tersebut, adapun uraian penjelasan hasil Uji t (Uji Parsial) adalah sebagai berikut:

1. Harga

Hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel harga sebesar 0,310 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel,  $0,310 < 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,757 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara parsial harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk

Hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel kualitas produk sebesar 3.634 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel,  $3,634 > 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Kualitas Pelayanan

Hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel kualitas produk sebesar 4.317 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel,  $4,317 > 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Uji F (Simultan)**

Uji F atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) di Rumah Makan Soto Betawi. Jika f-hitung lebih besar daripada f-tabel maka hipotesis diterima dan jika f-hitung lebih kecil dari f-tabel maka hipotesis ditolak.

**Tabel 5. Uji F (Simultan)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.829	3	26.610	29.106	.000 <sup>b</sup>
	Residual	85.936	94	.914		
	Total	165.765	97			

Berdasarkan tabel diatas hasil uji f menyatakan bahwa nilai f-hitung sebesar 29.106 dan nilai f-tabel 2.70. Berdasarkan hasil tersebut nilai f-hitung lebih besar dari nilai f-tabel,  $29,106 > 2,70$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi**

Pada pengaruh parsial harga didapatkan hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel harga sebesar 0.310 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel,  $0,310 < 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,757 > 0,05$  maka dapat disimpulkan secara parsial harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah sejumlah nilai uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan tersebut (Rizqi & Masniadi, 2022). Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, harga dinyatakan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Lukiana 2018) yang membuktikan bahwa ada hubungan antara harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga memainkan peran dalam sebuah pemasaran. Apabila harga terlalu mahal maka produk tidak akan terjangkau oleh sasaran pasar. Sebaliknya jika harga terlampaui murah perusahaan akan sulit mendapatkan laba atau beberapa konsumen akan mempersepsikan kualitasnya buruk.

Pada pengaruh parsial kualitas produk didapatkan hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel kualitas produk sebesar 3.634 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel,  $3,634 > 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh (Anang, 2019) dalam buku Pemasaran Dasar dan Konsep mengemukakan bahwa Produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar atau konsumen untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Pada pengaruh parsial kualitas pelayanan didapatkan hasil uji t menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 4.317 dan nilai t-tabel sebesar 1.985. Berdasarkan hal tersebut nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel,  $4,317 > 1,985$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi. Hal tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Napitupulu et al., 2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Salah satu cara yang paling penting dalam mempertahankan sebuah perusahaan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan konsumen.

### **Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi**

Berdasarkan pengaruh simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan didapatkan hasil uji f menyatakan bahwa nilai f-hitung sebesar 29.106 dan nilai f-tabel sebesar 2.70. Berdasarkan hasil tersebut nilai f-hitung lebih besar dari pada f-tabel,  $29,106 > 2,70$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap keputusan



pembelian. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen terlebih dahulu akan melakukan proses pengambilan keputusan. Tahapan konsumen dalam membeli suatu produk yang menurutnya paling baik dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Kumbara, 2021).

Responden terbanyak yang didapatkan dari penelitian ini yaitu berada pada usia 26 - 35 Tahun dan di dominasi oleh perempuan. Jika dilihat dari data usia dan pekerjaan yang telah diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa populasi konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Soto Betawi mayoritas berasal dari kalangan konsumen yang telah bekerja yang di dominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS).

### **Variabel kualitas Pelayanan paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi (Variabel yang paling dominan)**

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah kualitas pelayanan yang bernilai 0,456 dan diikuti oleh kualitas produk yang bernilai 0,363 serta harga 0,024. Jadi berdasarkan hasil yang diperoleh kualitas pelayanan merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi, sehingga pelayanan yang berkualitas sangat penting agar keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Soto Betawi lebih meningkat lagi.

Hal ini juga dapat dilihat dari tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan dimana sebagian besar konsumen Rumah Makan Soto Betawi setuju dengan pernyataan bahwa karyawan di Rumah Makan Soto Betawi tidak lambat dalam melayani dan merespon permintaan konsumen dan membuat konsumen melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Soto Betawi. Berdasarkan apa yang telah dilihat dan dirasakan oleh konsumen, hal ini tentunya membuat kualitas pelayanan di Rumah Makan Soto Betawi akan lebih meningkat sehingga konsumen ingin berkunjung dan melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Soto Betawi.

### **SARAN**

1. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) yang paling dominan, maka diharapkan pihak Rumah Makan Soto Betawi dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang berkualitas sehingga keputusan pembelian akan meningkat.
2. Diharapkan pihak Rumah Makan Soto Betawi dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen serta melakukan pengenalan karakteristik terhadap apa yang dibutuhkan konsumen yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian di Rumah Makan Soto Betawi.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi pihak Rumah Makan Soto Betawi dan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

### **KESIMPULAN**

1. Variabel harga (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen

- Rumah Makan Soto Betawi.
2. Variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
  3. Variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian di Rumah Makan Soto Betawi. Penelitian ini menghasilkan secara parsial dan simultan bahwa faktor kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang, F. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Rizqi, R. M., & Masniadi, R. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Tradisional Di Sumbawa. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 10330–10336.
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Widodo, T. (2022). Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Nk Café Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 3(1), 90–101.