

## EFEK HARGA, KUALITAS MAKANAN DAN DAYA SAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA KREDIT

Ibnu Afandi<sup>1</sup>, Adiba Fuad Syamlan<sup>2\*</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik, Indonesia

---

### Article Info

#### Article history:

Received 2024

Accepted 2024

Published 2024

### Abstrak

**Purpose-** This research aims to test and prove the influence of price, food quality and competitiveness on purchasing decisions at Bu Sum's Berkah Restaurant

**Method-** This research uses a quantitative approach. The sample used in this research was 52 respondents and data collection was carried out by distributing questionnaires.

**Finding-** The results of this research are that food quality has no influence on purchasing decisions at Bu Sum's Berkah Restaurant.

**Implication-** The study's findings indicate that price influences decisions to buy in part favorably. Price, food quality, and competitiveness all have a substantial impact on judgments about what to buy at Rumah Makan Berkah Bu Sum. Competitiveness also has a favorable partial influence on decisions about what to buy.

**Keywords:** Price, Food Quality, Competitiveness, Purchasing Decisions.

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian Indonesia memiliki peran penting dari sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan ekonomi. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia telah meningkatkan dukungan terhadap UMKM melalui kebijakan dan program pembinaan untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas. (Hasanah et al., 2020)

Banyaknya perusahaan besar yang beroperasi di Gresik menjadikan Gresik sebagai salah satu kota industri. PT Wilmar Nabati Indonesia Gresik merupakan salah satu perusahaan yang beroperasi di kota Gresik. Industrialisasi yang ada menarik banyak pekerja dari berbagai daerah untuk bekerja di wilayah ini. Mobilisasi pekerja yang banyak maka timbul peluang untuk berwirausaha di daerah seputaran perusahaan merupakan wilayah strategis yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk membuka peluang bisnis yaitu diantaranya mendirikan bisnis rumah makan. Rumah makan di sekitar perusahaan mencerminkan dinamika unik yang terjadi di dunia kerja. Banyak pekerja memanfaatkan keberadaan rumah makan sebagai bagian penting dari rutinitas mereka.

Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam industri makanan telah menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan kompetitif. Keberhasilan bisnis makanan tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas makanan semata. Sebaliknya, para pemilik bisnis makanan harus mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan jumlah uang yang pelanggan harus bayar untuk memperoleh suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukar untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut (Ngatno, 2018). Di antara faktor-faktor ini, harga, kualitas makanan dan daya saing muncul sebagai elemen kunci yang memengaruhi preferensi konsumen dan keberlanjutan bisnis makanan. Rumah makan berkah bu Sum mengusung konsep prasmanan yang menjadi salah satu daya tarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, selain itu harga yang ditawarkanpun masih terjangkau seperti harga yang ditawarkan kompetitornya. kualitas makanan yang disajikan selalu fresh dan bervariasi

Harga merupakan faktor ekonomi yang memegang peran sentral dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung membandingkan harga produk atau layanan sebelum mereka memutuskan untuk membeli, dan harga yang kompetitif seringkali menjadi daya tarik utama. Namun pengaruh harga tidak berdiri sendiri; kualitas makanan yang disajikan dan tingkat pelayanan yang diberikan juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Rumah makan berkah bu Sum menggunakan dua metode pembayaran yaitu cash dan kredit. Dalam penelitian kali ini peneliti menfokuskan penelitian pada keputusan pembelian kredit karena hal itu dipandang unik dan jarang para kompetitor di daerah tersebut yang menggunakan metode pembayaran kredit, oleh sebab itu maka peneliti sekali lagi merasa perlu untuk menfokuskan penelitian pada metode pembayaran kredit. Metode pembelian kredit adalah metode pembelian yang mana konsumen membayar pada bulan berikutnya pada awal bulan.

Kualitas makanan adalah faktor yang mencakup rasa, presentasi, keamanan, serta aspek bahan baku yang digunakan dalam persiapan makanan. Kualitas ini adalah kunci untuk mempertahankan citra positif dan memenuhi ekspektasi

konsumen yang semakin tinggi. Kualitas adalah keseluruhan ciri sifat dalam memuaskan kebutuhan yang diinginkan (Daga, 2017). Konsumen pergi ke rumah makan berkah Bu Sum karena ruangnya yang luas, bersih, dan nyaman. Selain itu kualitas makanan yang disajikan bervariasi, higienis, sehat dan bersih.

Keunggulan bersaing memungkinkan bisnis menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada keuntungan rata-rata pesaing dalam industri yang sama (Mohamad & Niode, 2020). Daya saing adalah faktor penting dalam industri makanan. Ini mencakup faktor-faktor seperti lokasi, pelayanan, kecepatan pelayanan, variasi menu, dan inovasi produk. Rumah makan yang mampu memberikan pengalaman yang positif dan unik kepada pelanggan cenderung lebih berhasil dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Daya saing yang kuat juga termasuk kemampuan untuk bersaing dengan rumah makan sejenis dalam hal harga dan kualitas makanan. Dalam konteks yang semakin kompleks ini, pemahaman mendalam tentang bagaimana harga, kualitas makanan dan daya saing saling berinteraksi dan memengaruhi keputusan pembelian adalah esensial untuk pemilik bisnis makanan.

Banyaknya rumah makan disekitaran lokasi perusahaan dan persaingan yang ketat antar pemilik rumah makan menjadikan pemilik rumah makan berlomba-lomba untuk menarik perhatian pekerja yang mencari pilihan makanan yang cepat, lezat, dan terjangkau. di rumah makan berkah bu Sum selain menawarkan harga yang terjangkau dan pilihan menu yang bervariasi, metode prasmanan merupakan satu-satunya metode pelayanan yang ada di lokasi tersebut. Hal itulah kemudian yang menjadikan daya tarik pekerja dalam melakukan keputusan pembelian, mengingat pekerja pabrik yang keras membutuhkan lebih banyak porsi makanan untuk mengembalikan tenaganya.

## **LANDASAN TEORI**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

Berbagai sumber mendefinisikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan usaha kecil sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha. Usaha kecil ini tidak boleh berperan sebagai anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan, baik dimiliki, dikuasai, maupun menjadi bagian dari perusahaan tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha mikro memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam undang-undang ini (Hasanah et al., 2020).

### **Manajemen Pemasaran**

Beberapa sumber menyatakan definisi "manajemen pemasaran". Nama "manajemen pemasaran" berasal dari kata "manajemen" dan "pemasaran". Kedua istilah itu sebenarnya berasal dari dua bidang ilmu yang berbeda, tetapi mereka kemudian digabungkan untuk melakukan satu tugas. Dengan kata lain, tugas-tugas yang ada di kedua bidang tersebut digabungkan dalam bentuk kerja sama (Nगतno, 2018)

### **Harga**

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan bisnis adalah harga, yang menentukan besarnya keuntungan yang diperoleh bisnis dari penjualan produk, baik

barang maupun jasa. Menurut Kotler & Keller, salah satu komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan adalah harga; komponen lain menghasilkan biaya (Firmansyah, 2018).

### **Kualitas Makanan**

Kualitas makanan adalah faktor yang mencakup rasa, presentasi, keamanan, serta aspek bahan baku yang digunakan dalam persiapan makanan. Kualitas ini adalah kunci untuk mempertahankan citra positif dan memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin tinggi. Kualitas adalah keseluruhan ciri sifat dalam memuaskan kebutuhan yang diinginkan (Daga, 2017).

### **Daya Saing**

Daya saing dipengaruhi dari keunggulan bersaing dan sumber daya yang dimiliki produsen. Daya saing, menurut Crown Dirgantoro, didefinisikan sebagai nilai yang dapat diciptakan oleh suatu perusahaan sehingga dapat memperolehnya. Keunggulan bersaing, menurut Agustinus Sri Wahyadi, adalah keunggulan yang memungkinkan suatu bisnis menghasilkan lebih banyak uang daripada rata-rata keunggulan yang dimiliki pesaing dalam industri tersebut (Rahmiati & Baktiono, 2015).

### **Keputusan Pembelian**

Kotler & Amstrong menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang dilakukan oleh seseorang dengan memilih perilaku alternatif. Ini dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam proses pembelian karena merupakan langkah pertama dari proses pengambilan keputusan (Zusrony, 2021).

### **Hipotesis**

- H1 : Diduga Harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- H2 : Diduga Kualitas Makanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- H3 : Diduga Daya Saing (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- H4 : Lokasi (X1), Kualitas Makanan (X2), Daya Saing (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Berkah Bu Sum. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menghasilkan data angka yang diolah komputer menggunakan program SPSS 25.

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang telah melakukan pembelian kredit di Rumah Makan Berkah Bu Sum, sebanyak 52 konsumen, Selama 3 bulan, Mulai dari bulan Januari – Maret 2024. Menggunakan sampel jenuh,

Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila seluruh anggota populasi dijadikan sampel.

### **Indikator Variabel Penelitian**

1. Harga, Menurut (Agustina, 2019) indikator harga termasuk keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Kualitas Makanan, menurut (Daga, 2017) Kesegaran, Penampilan, Cita rasa, Inovasi Pangan.
3. Daya Saing, menurut (Mohamad & Niode, 2020) Inovasi Produk, Harga yang kompetitif, Brand Recognition, Pemahaman Pasar, Pelayanan pelanggan.
4. Keputusan Pembelian, menurut (Kotler & Armstrong, 2022) Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.

### **Definisi Operasional Variabel**

Dua jenis variabel penelitian digunakan dalam penelitian ini: variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

### **Metode Pengumpulan Data**

Peneliti telah melakukan beberapa langkah untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini sehingga mereka dapat mendapatkan data yang jelas dan lengkap. Peneliti menggunakan dua jenis data yakni, data primer (kuisisioner dan wawancara) dan data sekunder (pertanyaan dan wawancara).

### **Uji Analisis Data**

1. Uji Validitas  
Untuk menguji validitas, peneliti menggunakan tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ( $df = n-2$ ), di mana  $n$  adalah jumlah sampel, digunakan untuk membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Indikator atau masalah tersebut dinyatakan valid jika nilai  $r_{tabel}$  lebih kecil daripada nilai  $r_{hitung}$  dan nilainya positif (Ghozali & Ratmono, 2018:75).
2. Uji Reliabilitas  
Reliabilitas didefinisikan sebagai tingkat kekonsistenan data dalam jangka waktu tertentu, menurut Sugiyono (2019:170). Uji reliabilitas digunakan untuk Untuk menilai konsistensi hasil pengukuran ketika gejala yang sama diukur beberapa kali.
3. Analisis Korelasi  
Untuk menilai seberapa kuat hubungan linier antara dua variabel, analisis korelasi digunakan. Selain itu, arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dalam konteks analisis regresi juga diidentifikasi oleh analisis korelasi (Sugiyono, 2019:213).
4. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas  
Menurut Sunyoto (2016:255), data variabel X dan Y dianalisis menggunakan uji normalitas berdasarkan persamaan regresi yang dihasilkan, yang dapat berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.
  - b. Uji Heteroskedastisitas  
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah varians dari residual antar pengamatan berbeda dalam analisis regresi. Jika varians residual sama, kondisi ini disebut homoskedastisitas, Sedangkan jika varians residual tidak seragam (berbeda), kondisi ini dinyatakan sebagai heteroskedastisitas. (Maulidi, 2016:271).
  - c. Uji Multikolinieritas  
Untuk menilai apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas dalam model regresi, uji multikolinieritas digunakan. Model regresi yang optimal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara variabel bebasnya (Ghozali & Ratmono, 2018:88).
  - d. Uji Autokorelasi  
Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan metode yang mirip dengan uji Durbin Watson (DW), menurut Singgih Gempur (2005:218).
  - e. Uji Linieritas  
Uji linearitas, menurut Ghozali (2018:167), digunakan untuk memeriksa keakuratan spesifikasi model yang digunakan. Ini menentukan apakah model empiris seharusnya kubik, kuadrat, atau linear.
5. Uji Hipotesis
    - a. Uji t  
Uji t satu sampel akan menentukan apakah rata-rata populasi dengan harga tertentu sama atau berbeda, menurut Santoso (2006:35). Sebaliknya, uji t dua sampel akan menentukan apakah rata-rata populasi dari dua sampel dengan harga tertentu sama atau berbeda.
    - b. Uji F  
Uji goodness of fit, juga dikenal sebagai uji F, digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas yang digunakan dalam model penelitian ini dapat menjelaskan perubahan nilai variabel tergantung (Suliyanto, 2011:267).
  6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Koefisien determinasi (*R Square*) dalam untuk menunjukkan variasi dalam variabel dependen, regresi linear berganda harus digunakan untuk menjelaskan variabel independen. Jika nilai Adjusted R Square yang lebih besar ditemukan, model yang digunakan akan memberikan gambaran yang lebih baik tentang hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, sementara nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model tersebut kurang mampu menjelaskan hubungan tersebut (Wahyono, 2005:311).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Jika nilai korelasi antara masing-masing komponen ditemukan positif dan di atas 0.2732, maka komponen tersebut dianggap sebagai construct yang kuat. Sebaliknya, jika korelasi kurang dari 0.2732 ditemukan, maka komponen tersebut dianggap tidak sah dan harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2016:126). Tabel analisis validitas uji menunjukkan bahwa setiap pernyataan tentang variabel daya saing, kualitas makanan, dan harga dianggap valid karena nilainya lebih besar dari nilai kritis (0.2732).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r hitung)	r Tabel	Keterangan
Harga	X1.1	0.780	0.2732	Valid
	X1.2	0.702	0.2732	Valid
	X1.3	0.713	0.2732	Valid
	X1.4	0.726	0.2732	Valid
	X1.5	0.877	0.2732	Valid
Kualitas Makanan	X2.1	0.679	0.2732	Valid
	X2.2	0.827	0.2732	Valid
	X2.3	0.677	0.2732	Valid
	X2.4	0.503	0.2732	Valid
	X2.5	0.768	0.2732	Valid
Daya Saing	X3.1	0.456	0.2732	Valid
	X3.2	0.542	0.2732	Valid
	X3.3	0.490	0.2732	Valid
	X3.4	1	0.2732	Valid
	X3.5	1	0.2732	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0.830	0.2732	Valid
	Y1.2	0.720	0.2732	Valid
	Y1.3	0.360	0.2732	Valid
	Y1.4	0.857	0.2732	Valid
	Y1.5	1	0.2732	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

### Uji Reliabilitas

Uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) akan menentukan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dianggap reliabel. Jika ada nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) yang lebih besar dari 0,60, kuesioner dianggap reliabel. Uji reliabilitas variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.00 untuk Windows.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Kritis	Keterangan
1	0.891	0.6	Reliabel
2	0.731	0.6	Reliabel
3	0.693	0.6	Reliabel
4	0.799	0.6	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti

Semua variabel memiliki koefisien alfa Cronbach yang cukup tinggi, yaitu di atas 0,60, sehingga tabel menganggap data tersebut dapat dipercaya.

### Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual	
N		52	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.39953778	
Most Extreme Differences	Absolute	.113	
	Positive	.097	
	Negative	-.113	
Test Statistic		.113	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.095	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		.095
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.087
		Upper Bound	.102

Sumber : Data diolah peneliti

Nilai *sig. Residual* tidak standar 0,095 ditemukan dari tabel di atas; oleh karena itu, nilai *sig.* 0,095 lebih besar dari 0.05 dalam dasar pengambilan keputusan, dan nilai *sig* lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,406	1,39		2,451	0,018
	Harga (X1)	0,053	0,083	-0,133	0,643	0,523
	Kualitas Makanan (X2)	0,051	0,088	-0,122	0,577	0,567
	Daya Saing (X3)	0,013	0,095	-0,03	0,137	0,892

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data diolah peneliti

Menurut hasil yang ditunjukkan di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas, yang berarti bahwa variabel independen tidak memiliki korelasi dengan residualnya. Nilai signifikansi variabel X1 adalah 0.523, yang merupakan nilai yang lebih besar dari 0,05, dan variabel X2 adalah 0.567, yang merupakan nilai yang lebih besar dari 0,05.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,592	2,168		1,196	0,238		
	Harga (X1)	0,369	0,129	0,365	2,856	0,006	0,458	2,185
	Kualitas Makanan (X2)	0,085	0,137	0,081	0,622	0,537	0,437	2,289
	Daya Saing (X3)	0,468	0,148	0,434	3,161	0,003	0,397	2,519

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kredit (Y)

Sumber : Data diolah peneliti

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai toleransi variabel harga sebesar 0,458 dan nilai toleransi VIF sebesar 2,185, sedangkan nilai toleransi variabel kualitas makanan sebesar 0,437 dan nilai toleransi VIF sebesar 2,289, serta nilai toleransi variabel daya saing sebesar 0,397 dan nilai toleransi VIF sebesar 2,519. Dengan demikian, nilai toleransi masing-masing variabel independen lebih dari 0,10 dan nilai toleransi VIF kurang dari 10. Dengan demikian.

### Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,800 <sup>a</sup>	0,64	0,618	1,368	2,292

a. Predictors: (Constant), Harga (X1), Kualitas Makanan (X2), Daya Saing (X3)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kredit (Y)

Sumber : Data diolah peneliti

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai DW sebesar 2,292, yang akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%. Dengan 52 sampel dan 3 variabel independen, nilai dU sebesar 1,6769 ditemukan. Ini adalah nilai yang lebih rendah

dari batas atas (du), yaitu 1,6769, dan juga lebih rendah dari (4-du) atau  $4 - 1,6769 = 2,3231$ . Jadi, tidak ada autokorelasi.

### Uji Linieritas

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier

Variabel	<i>Deviation from Linearity Sig</i>	Keterangan
Harga terhadap keputusan pembelian	0,056	Linear
Kualitas makanan terhadap keputusan pembelian	0,425	Linear
Daya saing terhadap keputusan pembelian	0,936	Linear

Sumber : Data diolah peneliti

Hasil uji linearitas menunjukkan hubungan linier antara harga dan keputusan pembelian kredit, dengan nilai deviasi linearitas sebesar 0.056 lebih besar dari 0.05. Hasil uji linearitas menunjukkan hubungan linier antara kualitas makanan dan keputusan pembelian kredit, dengan nilai deviasi linearitas sebesar 0.429 lebih besar dari 0.05.

Ada hubungan linier antara Daya Saing dan Keputusan Pembelian Kredit, menurut hasil uji linearitas, dengan nilai deviasi linearitas sebesar  $0.936 > 0.05$ .

### Analisis Regresi Berganda

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.592	2.168		1.196	.238
	Harga	.369	.129	.365	2.856	.006
	Kualitas Makanan	.085	.137	.081	.622	.537
	Daya Saing	.468	.148	.434	3.161	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kredit (Y)

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 7 Keputusan Pembelian Kredit (KPK) dengan Variabel bebas dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e = 2.592 + 0.369 + 0.085 + 0.468 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda di atas memberikan memahami bahwa:

- Konstanta ( $\alpha$ ) adalah 2,592. Ini menunjukkan hal itu variabel harga, kualitas makanan, dan daya saing adalah nol atau tetap, maka nilai bunga pembelian kembali sebesar 2.592.
- Koefisien regresi harga ( $\beta_1$ ) sebesar 0,369 menunjukkan hubungan positif (searah) antara harga dan keputusan pembelian kredit. Ini menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel lain tidak berubah, keputusan pembelian akan meningkat seiring dengan harga yang lebih terjangkau. Jika variabel bebas mempunyai nilai lain tetap dan harga mengalami peningkatan sebesar 1%, maka keputusan pembelian akan meningkat mengalami peningkatan sebesar 0,369.
- Hubungan tidak signifikan antara keputusan pembelian dan kualitas makanan ditunjukkan oleh koefisien regresi kualitas makanan ( $\beta_2$ ) sebesar 0,085.
- Koefisien regresi daya saing ( $\beta_3$ ) adalah 0,468, yang menunjukkan hubungan positif (searah) antara daya saing dan keputusan pembelian. Dengan asumsi variabel lain konstan, keputusan pembelian akan meningkat seiring dengan daya saing yang lebih besar. Jika variabel independen lainnya mempunyai nilai dan harga tetap Apabila terjadi kenaikan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat mengalami peningkatan sebesar 0,468.

## Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.592	2.168		1.196	.238
	Harga	.369	.129	.365	2.856	.006
	Kualitas Makanan	.085	.137	.081	.622	.537
	Daya Saing	.468	.148	.434	3.161	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kredit (Y)

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan beberapa hasil hipotesis yaitu:

H1 = Adanya pengaruh dari variabel harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi untuk variabel harga (X1) adalah  $0,006 < 0,05$  dan t hitung variabel harga adalah  $2,856 > t$  tabel 2,011.

H2 = Tidak adanya pengaruh dari variabel kualitas makanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi untuk variabel harga (X1) adalah  $0,537 > 0,05$  dan t hitung variabel harga adalah  $0,622 < t$  tabel 2,011.

H3 = Adanya pengaruh dari variabel Daya Saing terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi untuk variabel harga (X1) adalah  $0,003 < 0,05$  dan t hitung variabel harga adalah  $3,161 > t$  tabel 2,011.

H4 = Terdapat pengaruh dari variabel harga, kualitas makanan, dan daya saing keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu sum dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dengan Nilai F hitung sebesar 28,501. Artinya, semua variabel secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu sum..

## Uji F

Tabel 10 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.917	3	53.306	28.501	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	89.775	48	1.870		
	Total	249.692	51			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Kredit						
b. Predictors: (Constant), Daya Saing, Harga, Kualitas Makanan						

Sumber : Data diolah peneliti

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 11 Hasil Analisis Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 <sup>a</sup>	.640	.618	1.368
a. Predictors: (Constant), Daya Saing, Harga, Kualitas Makanan				

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 9 menunjukkan nilai yang menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,618 atau 61,8% artinya variabel harga, kualitas makanan dan daya saing dapat menjelaskan 61,8% keputusan pembelian kredit. Sedangkan sisanya ( $100\% - 61,8\% = 38,2\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan hasil kesimpulan bahwa 1) Darga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu Sum. 2) Kualitas makanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu Sum. 3) Daya saing berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu Sum. Sedangkan secara bersama-sama harga, kualitas makanan dan daya saing memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kredit di rumah makan berkah bu Sum.

## BIBLIOGRAFI

- Agustina, E. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar." *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), (2019). 38–49.
- Basrah., dan samsul. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Ke-14. Jilid 2. Erlangga, Jakarta
- Ghozali, i., & ratmono, d. (2018). *Analisis multivariat dan ekonometrika dengan eviews10*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, Edisi 17, (New Jersey:Prentice-Hall Published, 2018) hlm. 249
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition, ed. s.l.:PearsonEducation, Inc.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pe). EF Pers Digi Media.
- Rahmiati, D., & Baktiono, A. (2015). Pengaruh Daya Saing Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Kaleng (Sardines) Merek Maya. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, 1(2), 138.
- Sari Dita, Sumaryanto dan Setyaningsih. 2017. Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Harga dan Suasana Restoran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*
- Setiadi, S., Maulana, R., & Ali, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Daya Saing Terhadap Keputusan Pembelian di PT Hanli Digital Focus Sukabumi*. 8(1), 20–28.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitan Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Soesilo, Tritjahjo Danny. (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Salatiga : Satya Wacana University Press.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm 134.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm 225
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. ANDI Yogyakarta.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)* (Cetakan Pe). CV Adanu Abimata.