

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang terdiri dari berbagai bab dan analisis data di atas yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Rica Xtra Pedas Fadhil di daerah Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan semua nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Rica Xtra Pedas Fadhil di daerah Yogyakarta.
2. Secara simultan variabel Pelayanan, Harga dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F diperoleh nilai sebesar 37,476 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) maka  $H_a$  diterima.
3. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,525 yang artinya bahwa variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Pelayanan, Harga dan Lokasi sebesar 52,5% dan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Sedangkan dari hasil analisis uji determinasi korelasi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan hubungan yang kuat.

## **B. Implikasi**

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa variabel Harga pada usaha kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di daerah Istimewa Yogyakarta memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap Keputusan Pembelian dibandingkan dengan variabel lain seperti Pelayanan dan Lokasi. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena Harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan Harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika Harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan. Harga yang kompetitif akan mendukung konsumen dalam menentukan Keputusan Pembelian suatu produk. Namun demikian dari penelitian ini dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yang lain masih perlu ditingkatkan sehingga tujuan dari suksesnya usaha yang baik dapat tercapai.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diusulkan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang dominan, Semakin terjangkau Harga Rica Xtra Pedas

Fadhil dalam pembelian produk maka semakin dapat meningkatkan Keputusan konsumen untuk membeli produk. Harga yang ditetapkan sudah terjangkau, namun sebaiknya lebih disesuaikan lagi dengan kualitas yang diterima konsumen.

2. Semakin terjangkau Lokasi Rica Xtra Pedas Fadhil dalam pembelian produk maka semakin dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk. Lokasi yang di pilih sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk lebih meningkatkan penjualan, namun ada juga konsumen yang datang jauh dari tempat tinggal oleh karena itu sebaiknya Rica Xtra Pedas Fadhil dapat lebih banyak membuka cabang diberbagai tempat agar lebih memudahkan konsumen untuk membeli.
3. Semakin tinggi Pelayanan maka akan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen terhadap produk di Rica Xtra Pedas Fadhil, untuk itu harus lebih meningkatkan kebersihan dan petugas pelayanan hendaknya harus meningkatkan Pelayanan dan keramahan terhadap pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2012. *Manajemen teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS Cetakan keempat*. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for academic publishing servise).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran edisi Kedua belas jilid satu*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Ferdy Zoel. 2009. *Pengaruh harga, produk, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada soto angkring "mas boed" spesial ayam kampung semarang*. Semarang, 2009.
- Lovelock, Christopher, dkk. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Mujiroh. 2005. *Pengaruh produk, pelayanan, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen pada pasar swalayan Indo rizky purbalingga*. Semarang: 2005.
- Riyanti. 2015. *Pengaruh pelayanan, harga dan lokasi dan pelayanan terhadap keputusan konsumen martabak Kirana di kabupaten Sleman Yogyakarta*. Yogyakarta: 2015.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sudjatmiko, Irfan. 2014. *Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung wisata di kraton Yogyakarta*. Yogyakarta: 2014.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarni, Murti. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Kelima Revisi*. Yogyakarta: Liberty.
- Susanti, Tina. 2012. *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi pada waroeng spesial sambal cabang Tembalang, Semarang)*. Semarang: 2004.

Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Swastha, Basu dan T Hani Handoko.2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

\_\_\_\_\_. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

# LAMPIRAN

Surat Penelitian dari Universitas



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Jln. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182  
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

Nomor : 40/FE-UPY/X/2015

Lamp. : -

H a l : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada

Pimpinan Rica Xtra Pedas Fadhil

Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberikan Ijin observasi dan menyebarkan kuisioner bagi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Siti Fatimah  
Nomor Mahasiswa : 12133200063  
Prodi/Semester : Manajemen/VII  
Fakultas : Ekonomi  
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Yogyakarta  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI (Studi Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta)  
Tempat Penelitian : Rica Xtra Pedas Fadhil Yogyakarta

Demikian surat permohonan ini disampaikan, dan atas kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.



Yogyakarta, 29 Oktober 2015  
Dekan Fakultas Ekonomi

Hari Purnama, SE. MM  
NIS. 19620221 199503 1 004

Tembusan Yth. :

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Arsip

Kartu Bimbingan Skripsi



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

Jln. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182  
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti fatimah  
 N P M : 12133200063  
 Program Studi : Manajemen  
 Dosen Pembimbing : Saptaringsih Sumarmi, S.E, M.M  
 Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA



DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Risa Xtra Padas Fadhil  
di Daerah Istimewa (Yogyakarta) .

NO	HARI/TGL	MATERI	TTD Pembimbing
1	5 oktober 2015	Konsultasi Judul	Umi 2
2	13 oktober 2015	Penyusunan Proposal	Umi 9
3	16 oktober 2015	Revisi Proposal	Umi 9
4	20 oktober 2015	Revisi Proposal	Umi 9
5	27 oktober 2015	Total Proposal di revisi	Umi 2
6	3 November 2015	Acc Proposal	Umi 2
7	2 Desember 2015	BAB I, BAB II, BAB III	Umi 2
8	7 Desember 2015	Uji coba Penelitian	Umi 2
9	26 Januari 2016	BAB IV, BAB V	Umi 2
10	29 Januari 2016	Revisi BAB IV	Umi 2
11	2 februari 2016	Total BAB di revisi	Umi 2
12	3 februari 2016	Acc Skripsi	Umi 2

Yogyakarta, 3 Maret 2016 .....  
 Dosen Pembimbing

(-----)



## **Lembar Kuesioner**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Pengunjung Rica Xtra Pedas Fadhil

Dengan hormat,

Dengan ini perkenankanlah saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna membantu mengisi kuesioner yang saya sediakan dan sudilah kiranya Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Adapun kuesioner ini saya perlukan dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN**”. Guna memenuhi kelengkapan akademik dalam meraih gelar kesarjanaan di Universitas PGRI Yogyakarta, Strata Satu Program Studi Manajemen.

Apabila ada pernyataan yang kurang berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara, saya mohon maaf. Atas perhatian dan kerjasama yang baik saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, .... November 2015

Hormat saya

( Siti Fatimah )

**KUESIONER PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Study Kasus pada Usaha Kuliner Fadhil Rica Xtra Pedas)

**IDENTITAS RESPONDEN**

- Nama : ( boleh tidak diisi )
- Alamat :
- Jenis Kelamin : L/P ( coret yang tidak perlu )
- Usia :  ≤20 tahun       31-40 tahun       > 50 tahun  
 21-30 tahun       41-50 tahun
- Jabatan/ Pekerjaan :  Pelajar/ Mahasiswa       Wiraswasta  
 PNS       Ibu Rumah Tangga  
 Pegawai swasta       Lain-lain
- Pendapatan :  < Rp. 1.000.000,-  
 Rp. 1.000.000-Rp. 1.500.000  
 Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000  
 Rp. 2.000.000- Rp. 2.500.000  
 >Rp. 2.500.000

Berilah tanda (  $\surd$  ) pada jawaban yang sesuai dengan karakteristik Anda. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

**A. Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Pelayan warung Rica Xtra Pedas Fadhil memberikan pelayanan yang ramah.					
2.	Pelayanan yang diberikan warung Rica Xtra Pedas Fadhil cepat.					
3.	Pelayan warung Rica Xtra Pedas Fadhil selalu tanggap terhadap pesanan yang diinginkan pelanggan.					
4.	Pelayan warung Rica Xtra Pedas Fadhil selalu siap dalam melayani apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.					
5.	Pakaian yang digunakan oleh pelayan warung Rica Xtra Pedas Fadhil rapi dan bersih.					

**B. Harga (X<sub>2</sub>)**

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Harga yang ditetapkan warung Rica Xtra Pedas Fadhil sangat Terjangkau.					
2.	Harga yang ditetapkan warung Rica Xtra Pedas Fadhil sesuai dengan variasi rasa yang diberikan.					
3.	Harga Rica Xtra Pedas Fadhil sesuai dengan kualitas produk.					
4.	Harga yang ditetapkan Rica Xtra Pedas Fadhil sama dengan harga yang berlaku di warung lain.					

**C. Lokasi (X<sub>3</sub>)**

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Lokasi warung Rica Xtra Pedas Fadhil dekat dengan pusat keramaian.					
2.	Lokasi warung Rica Xtra Pedas Fadhil dekat dengan tempat tinggal.					
3.	Lokasi lingkungan sekitar warung Rica Xtra Pedas Fadhil yang nyaman.					
4.	Warung Rica Xtra Pedas Fadhil memiliki tempat parkir yang mudah.					

**D. Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Membeli produk Rica Xtra Pedas Fadhil karena keinginan mencoba akan suatu produk.					
2.	Melakukan pembelian ulang pada Rica Xtra Pedas Fadhil karena merasa puas.					
3.	Memutuskan untuk membeli Rica Xtra Pedas Fadhil karena kemantapan rasa yang diberikan.					
4.	Saya akan memberi saran kepada orang lain (teman, saudara dll) untuk datang dan membeli makan di warung Rica Xtra Pedas Fadhil.					

## Hasil Rekapitulasi Uji Coba

Respon den	A1	A2	A3	A4	A5	Pelaya nan	B1	B2	B3	B4	Harga	C1	C2	C3	C4	Lokasi	D1	D2	D3	D4	Keputusan pembelian
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16	4	4	2	2	12	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	2	18	2	4	4	4	14	4	4	4	2	14	4	4	4	4	16
4	4	4	4	5	2	19	4	5	4	3	16	4	4	4	2	14	2	5	5	4	16
5	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
7	4	4	3	4	3	18	5	4	4	4	17	4	3	4	3	14	5	4	4	3	16
8	5	5	5	5	4	24	4	3	4	3	14	5	4	4	3	16	3	5	5	4	17
9	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	15	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19
10	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	19	4	3	4	2	13	5	5	5	5	20
11	4	4	3	4	3	18	5	5	4	4	18	4	3	4	2	13	4	5	5	5	19
12	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	14	5	4	4	4	17	2	4	4	4	14
13	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	17	5	4	3	2	14	4	4	4	3	15
14	3	4	4	4	3	18	2	2	4	3	11	4	2	2	3	11	4	4	4	3	15
15	4	4	4	4	2	18	2	4	4	3	13	4	2	3	4	13	4	4	4	4	16
16	3	5	4	4	2	18	3	3	4	3	13	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16
17	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	1	3	3	11	3	4	4	4	15
18	5	5	5	5	3	23	4	4	5	4	17	5	2	4	4	15	5	4	5	5	19
19	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
20	5	5	5	5	3	23	5	4	4	4	17	4	2	4	3	13	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16
22	4	5	5	4	3	21	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	5	5	5	19
23	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15

## Hasil Uji Validitas

### a. Variabel Pelayanan (X1)

Correlations

		PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	TOTAL_PL
PL1	Pearson Correlation	1	.578**	.564**	.712**	.586**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.004	.005	.000	.003	.000
	N	23	23	23	23	23	23
PL2	Pearson Correlation	.578**	1	.798**	.829**	.571**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.004	.000
	N	23	23	23	23	23	23
PL3	Pearson Correlation	.564**	.798**	1	.732**	.558**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.006	.000
	N	23	23	23	23	23	23
PL4	Pearson Correlation	.712**	.829**	.732**	1	.595**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.003	.000
	N	23	23	23	23	23	23
PL5	Pearson Correlation	.586**	.571**	.558**	.595**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.006	.003		.000
	N	23	23	23	23	23	23
TOTAL_PL	Pearson Correlation	.804**	.870**	.845**	.892**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	23	23	23	23	23	23

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel harga (X2)

**Correlations**

		HG1	HG2	HG3	HG4	TOTAL_HG
HG1	Pearson Correlation	1	.620**	.427*	.584**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.002	.042	.003	.000
	N	23	23	23	23	23
HG2	Pearson Correlation	.620**	1	.432*	.549**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.002		.040	.007	.000
	N	23	23	23	23	23
HG3	Pearson Correlation	.427*	.432*	1	.501*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.042	.040		.015	.001
	N	23	23	23	23	23
HG4	Pearson Correlation	.584**	.549**	.501*	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	.015		.000
	N	23	23	23	23	23
TOTAL_HG	Pearson Correlation	.877**	.834**	.643**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	23	23	23	23	23

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Lokasi (X3)

**Correlations**

		LK1	LK2	LK3	LK4	TOTAL_LK
LK1	Pearson Correlation	1	.641 **	.409	.552 **	.811 **
	Sig. (2-tailed)		.001	.053	.006	.000
	N	23	23	23	23	23
LK2	Pearson Correlation	.641 **	1	.376	.271	.777 **
	Sig. (2-tailed)	.001		.077	.210	.000
	N	23	23	23	23	23
LK3	Pearson Correlation	.409	.376	1	.524 *	.739 **
	Sig. (2-tailed)	.053	.077		.010	.000
	N	23	23	23	23	23
LK4	Pearson Correlation	.552 **	.271	.524 *	1	.751 **
	Sig. (2-tailed)	.006	.210	.010		.000
	N	23	23	23	23	23
TOTAL_LK	Pearson Correlation	.811 **	.777 **	.739 **	.751 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	23	23	23	23	23

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



d. Variabel Keputusan Pembelian

**Correlations**

		KP1	KP2	KP3	KP4	TOTAL_KP
KP1	Pearson Correlation	1	.350	.446*	.428*	.706**
	Sig. (2-tailed)		.101	.033	.042	.000
	N	23	23	23	23	23
KP2	Pearson Correlation	.350	1	.874**	.656**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.101		.000	.001	.000
	N	23	23	23	23	23
KP3	Pearson Correlation	.446*	.874**	1	.809**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000		.000	.000
	N	23	23	23	23	23
KP4	Pearson Correlation	.428*	.656**	.809**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.042	.001	.000		.000
	N	23	23	23	23	23
TOTAL_KP	Pearson Correlation	.706**	.834**	.920**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	23	23	23	23	23

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Hasil Uji Reliabilitas

### a. Variabel pelayanan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	23	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	23	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

### b. Variabel Harga

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	23	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	23	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

c. Variabel Lokasi

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	23	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	23	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	4

d. Variabel Keputusan Pembelian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	23	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	23	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

## Rekapitulasi Hasil Penelitian

Respon den	A1	A2	A3	A4	A5	Pelaya nan	B1	B2	B3	B4	Harga	C1	C2	C3	C4	Lokasi	D1	D2	D3	D4	Keputusan pembelian
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	15	4	4	4	4	15	3	4	4	4	16
3	4	3	4	4	3	18	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14	4	4	4	3	14
4	4	3	3	4	2	16	2	3	3	1	9	3	4	1	1	9	4	4	4	4	16
5	3	3	3	3	3	15	2	3	3	1	9	4	3	2	2	11	3	3	3	3	12
6	4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	15	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16
7	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
8	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11	5	3	4	3	2	17	3	3	4	3	13	4	3	3	2	12	3	4	4	4	14
12	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16	5	1	3	4	13	5	4	3	3	15
13	3	3	4	4	1	15	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	3	16	3	4	4	3	14	3	1	3	3	10	3	3	3	3	12
15	4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	16	4	5	3	3	15	4	5	5	4	18
16	4	3	4	4	3	18	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	3	4	4	4	15
17	3	3	4	4	3	17	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13	3	5	5	5	18
18	4	3	3	3	2	15	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	4	2	2	2	10
19	5	3	4	5	3	20	2	4	5	2	13	4	2	4	4	14	4	5	5	5	19
20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	4	4	4	3	14
21	4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	15	4	2	4	3	13	4	3	3	3	13
22	3	2	4	4	2	15	3	5	4	4	16	4	4	3	1	12	4	4	4	4	16
23	5	4	3	4	3	19	3	4	4	4	15	4	2	2	1	9	4	4	4	5	17
24	3	2	4	3	2	14	3	5	4	3	15	4	3	3	3	12	2	4	4	4	14
25	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15
26	4	5	4	4	3	20	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15
27	3	4	4	3	3	17	2	4	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
28	4	3	4	3	3	17	3	4	3	3	13	3	3	3	2	11	3	4	4	3	14
29	3	4	4	4	3	18	4	4	3	3	14	4	4	3	2	13	4	3	4	3	14
30	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
31	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	4	3	3	13
32	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
34	4	3	4	5	3	19	3	4	4	3	14	3	3	4	3	13	4	5	4	5	18
35	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	14	3	2	3	4	12	4	4	4	4	16
36	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
38	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15
40	4	3	4	5	5	21	3	4	4	4	15	4	3	4	2	13	4	5	4	5	18
41	4	4	4	3	3	18	3	5	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
42	4	4	5	4	4	21	3	3	3	3	12	4	4	3	2	13	4	4	4	4	16
43	3	4	4	3	3	17	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
44	4	4	5	4	3	20	4	5	4	5	18	5	4	3	4	16	4	5	5	3	17
45	5	5	5	4	3	22	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14	4	4	5	4	17
46	4	4	4	4	2	18	4	4	4	3	15	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
47	4	3	3	3	4	17	4	5	4	4	17	4	2	4	4	14	4	3	4	4	15
48	5	5	5	5	4	24	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
49	4	2	4	4	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
50	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	3	3	4	14



## Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia (th)	Pekerjaan	Pendapatan (Rp)
1	L	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
2	L	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
3	L	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
4	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
5	p	<20	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
6	L	21 - 30	Lain-lain	1500000 - 2000000
7	P	21 - 30	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
8	L	>50	PNS	>2500000
9	L	41 - 50	Wiraswasta	2000000 - 2500000
10	P	31 - 40	Ibu rumah tangga	1500000 - 2000000
11	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
12	L	21 - 30	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
13	P	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
14	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
15	L	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
16	P	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
17	P	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
18	P	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
19	L	<20	pelajar/mahasiswa	>2500000
20	P	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
21	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
22	P	21 - 30	Pegawai swasta	1000000 - 1500000
23	L	31 - 40	Pegawai swasta	>2500000
24	L	21 - 30	Pegawai swasta	1000000 - 1500000
25	L	31 - 40	Wiraswasta	2000000 - 2500000
26	P	<20	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
27	P	<20	Pelajar/mahasiswa	<1000000
28	L	<20	Pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
29	L	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
30	L	<20	Pelajar/mahasiswa	<1000000
31	L	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
32	P	<20	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
33	L	<20	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
34	L	21 - 30	Pegawai swasta	1000000 - 1500000
35	P	21 - 30	Pegawai swasta	1000000 - 1500000
36	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
37	L	21 - 30	PNS	>2500000
38	p	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	>2500000
39	P	<20	Pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
40	P	<20	Pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
41	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
42	L	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
43	P	21 - 30	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
44	P	31 - 40	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
45	L	21 - 30	Pegawai swasta	2000000 - 2500000
46	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
47	L	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
48	L	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
49	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
50	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000

51	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	>2500000
52	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
53	L	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
54	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
55	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
56	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
57	L	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
58	P	41 - 50	PNS	>2500000
59	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
60	L	31 - 40	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
61	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
62	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
63	P	31 - 40	Wiraswasta	2000000 - 2500000
64	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
65	L	21 - 30	PNS	2000000 - 2500000
66	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
67	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
68	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
69	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
70	L	31 - 40	Pegawai swasta	>2500000
71	P	31 - 40	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
72	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
73	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	2000000 - 2500000
74	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
75	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
76	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
77	p	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
78	p	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
79	p	21 - 30	pelajar/mahasiswa	<1000000
80	P	<20	pelajar/mahasiswa	<1000000
81	P	31 - 40	Ibu rumah tangga	1500000 - 2000000
82	p	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
83	P	21 - 30	PNS	>2500000
84	P	<20	pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
85	L	21 - 30	Lain-lain	>2500000
86	L	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
87	P	21 - 30	pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
88	P	31 - 40	Pegawai swasta	2000000 - 2500000
89	P	<20	Pelajar/mahasiswa	1000000 - 1500000
90	L	<20	Pelajar/mahasiswa	1500000 - 2000000
91	P	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
92	L	21 - 30	Pelajar/mahasiswa	<1000000
93	L	21 - 30	Pegawai swasta	>2500000
94	p	31 - 40	Pegawai swasta	>2500000
95	L	31 - 40	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
96	L	41 - 50	Wiraswasta	1500000 - 2000000
97	L	21 - 30	Pegawai swasta	1500000 - 2000000
98	P	21 - 30	Pegawai swasta	2000000 - 2500000
99	L	31 - 40	Pegawai swasta	2000000 - 2500000
100	P	<20	Pelajar/mahasiswa	<1000000

## Hasil Uji Regresi

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan, harga, lokasi		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.525	1.48900

a. Predictors: (Constant), pelayanan, harga, lokasi

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.265	3	83.088	37.476	.000 <sup>a</sup>
	Residual	212.845	96	2.217		
	Total	462.110	99			

a. Predictors: (Constant), pelayanan, harga, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.228	1.294		1.722	.088
	pelayanan	.190	.087	.217	2.175	.032
	harga	.368	.102	.344	3.601	.001
	lokasi	.326	.105	.288	3.092	.003

a. Dependent Variable: Y