

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian akan dibahas mengenai hasil analisis dari data yang telah diperoleh oleh peneliti di lapangan. Analisis dimulai dari uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis deskriptif untuk mengetahui persepsi masing-masing responden terhadap variabel-variabel penelitian dan yang terakhir adalah analisis inferensial dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*). Variabel dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran, dan proses keputusan pembelian yang dibagikan kepada 100 orang responden.

5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

5.1.1 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran dan Proses Keputusan Pembelian

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban setiap butir pertanyaan dengan jumlah skor variabel untuk dapat mengetahui apakah kuesioner yang dirancang sebagai alat ukur, dapat menjalankan fungsinya dengan benar. Dalam metodologi penelitian, dijelaskan bahwa untuk melihat valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan, dilihat dari nilai koefisien validasi (r hitung) yang lebih besar dari r tabel. Digunakan Teknik korelasi *pearson product* sesuai dengan skala ukur data yang hasilnya sebagai berikut :

Tabel 5.1
Hasil Pengujian Validitas Variabel Bauran Pemasaran dan Variabel Proses
Keputusan Pembelian

Variabel	Item	Nilai Koefisien Validitas	Nilai r Tabel	Keterangan
Variabel X (Bauran Pemasaran)	P1	0.623	0.195	Valid
	P2	0.551	0.195	Valid
	P3	0.587	0.195	Valid
	P4	0.321	0.195	Valid
	P5	0.587	0.195	Valid
	P6	0.639	0.195	Valid
	P7	0.706	0.195	Valid
	P8	0.571	0.195	Valid
	P9	0.545	0.195	Valid
	P10	0.712	0.195	Valid
	P11	0.654	0.195	Valid
	P12	0.588	0.195	Valid
	P13	0.566	0.195	Valid
	P14	0.669	0.195	Valid
Variabel Y (Proses Keputusan Pembelian)	P15	0.613	0.195	Valid
	P16	0.579	0.195	Valid
	P17	0.692	0.195	Valid
	P18	0.685	0.195	Valid
	P19	0.728	0.195	Valid
	P20	0.726	0.195	Valid
	P21	0.387	0.195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2018.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel bauran pemasaran dan proses keputusan pembelian memiliki nilai koefisien validitas (r hitung) yang lebih besar daripada nilai r tabel, yang artinya bahwa seluruh pernyataan yang diajukan tersebut dinyatakan valid.

5.1.2 Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran dan Proses Keputusan Pembelian

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, dengan metode *alpha Cronbach* yang penulis gunakan dalam penelitian ini dan dinyatakan reliabel bila nilai *alpha Cronbach* $> 0,60$

(Ghozali, 2013:41). Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel bauran pemasaran dan variabel proses keputusan pembelian sebagai berikut :

Tabel 5.2
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran dan Variabel Proses Keputusan Pembelian

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keputusan
Bauran Pemasaran	0.830	Reliabel
Proses Keputusan Pembelian	0.680	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel bauran pemasaran dan proses keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60 yang artinya bahwa seluruh pernyataan yang diajukan tersebut dinyatakan reliabel.

5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif meliputi data terkait profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendapatan responden, serta untuk mengetahui persepsi responden mengenai variabel-variabel penelitian. Dalam hal ini variabel yang ada dalam penelitian ini adalah Bauran pemasaran dan Proses Keputusan Pembelian.

5.2.1 Profil Responden

Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden dimana responden tersebut sesuai dengan hasil perhitungan dari rumus penentuan jumlah sampel menjawab pernyataan penelitian sebagaimana disebarkan oleh penulis. Berikut adalah jawaban masing-masing responden mengenai profil responden tersebut.

5.2.1.1 Jenis Kelamin Responden

Tinjauan dari jenis kelamin dalam penelitian ini, diperoleh data-data sebagaimana jawaban responden yaitu sebagai berikut.

Tabel 5.3
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	34	34.0
Wanita	66	66.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel di atas yang telah di kemukakan sebelumnya, diketahui bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin wanita yang mencapai 66.0% dan hanya 34.0% yang berjenis kelamin pria.

5.2.1.2 Usia Responden

Tinjauan dari usia responden dalam penelitian ini, diperoleh data-data sebagaimana jawaban responden yaitu sebagai berikut.

Tabel 5.4
Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<17 Tahun	5	5.0
18 - 25 Tahun	35	35.0
26 - 34 Tahun	56	56.0
>35 Tahun	4	4.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 5 orang (5,0%) yang berusia dibawah 17 tahun, 35 orang (35,0%) yang berusia 18 - 25 tahun, 56 orang (56,0%) yang berusia 26 - 34 tahun dan 4 orang (4,0%) yang

berusia 35 tahun. Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden 26 – 34 tahun.

5.2.1.3 Pekerjaan Responden

Tinjauan dari pekerjaan dalam penelitian ini diperoleh data-data sebagaimana jawaban responden sebagai berikut.

Tabel 5.5
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	17	17.0
Wiraswasta / Pegawai Swasta	80	80.0
PNS	3	3.0
Total	100	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 17 orang (17,0%) yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa, 80 orang (80,0%) yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta / pegawai swasta, dan 3 orang (3,0%) yang memiliki pekerjaan sebagai PNS. Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta / pegawai swasta.

5.2.2 Gambaran Persepsi Responden

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Untuk memudahkan dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan

kategorisasi terhadap skor tanggapan responden dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi yang didalamnya terdapat skor actual dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata yang diperoleh penulis mengenai bauran pemasaran dan proses keputusan pembelian dihitung menggunakan rumus :

$$\frac{\text{bobot item instrumen terbesar} - \text{bobot item instrumen terkecil}}{\text{bobot item instrumen terbesar}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Dari perhitungan nilai rata – rata diatas, dapat diperoleh besarnya interval yaitu 0.8 untuk setiap kategorinya. Setiap tabel distribusi akan dicari nilai rata – rata yang dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 5.6
Kategori Interpretasi Skor

No	Interval	Kategori
1	1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
2	1.81 – 2.60	Tidak Setuju
3	2.61 – 3.40	Cukup Setuju
4	3.41 – 4.20	Setuju
5	4.21 – 5.00	Sangat Setuju

Sumber : Diolah oleh penulis

5.2.2.1 Gambaran Bauran Pemasaran

Berikut ini akan penulis jabarkan hasil dari kuesioner mengenai variabel bauran pemasaran dengan sub variabel yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, partisipan, proses dan bukti fisik.

5.2.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Produk

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi”

Tabel 5.7

Bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	71	71,00%	355	Sangat Setuju
Setuju	4	28	28,00%	112	
Cukup Setuju	3	1	1,00%	3	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	100,00%	470	
Rata - rata	4,7				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.7, diperoleh nilai rata – rata 4,70 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang Vermont restaurant gunakan selalu dijaga kehygienisan dan dalam kondisi yang *fresh* .

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “rasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan”

Tabel 5.8

Rasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	59	59,00%	295	Sangat Setuju
Setuju	4	40	40,00%	160	
Cukup Setuju	3	1	1,00%	3	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	458	
Rata - rata	4,58				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.8, diperoleh nilai rata – rata 4,58 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa rasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan karena dengan harga yang ditawarkan, responden mendapatkan rasa yang sebanding.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “variasi menu yang ditawarkan beragam”

Tabel 5.9
Variasi menu yang ditawarkan beragam

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	55	55,00%	275	Sangat Setuju
Setuju	4	43	43,00%	172	
Cukup Setuju	3	2	2,00%	6	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	453	
Rata - rata	4,53				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.9, diperoleh nilai rata – rata 4,53 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa variasi menu yang ditawarkan beragam karena menu yang ditawarkan merupakan menu *fusion*, perpaduan antara *Asian* dan *Western cuisine*.

5.2.2.1.1.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Produk

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 3 pernyataan mengenai sub variabel produk secara keseluruhan.

Tabel 5.10
Penilaian responden terhadap sub-variabel produk

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi	71	28	1	0	0	100	470
2	Rasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan	59	40	1	0	0	100	458
3	Variasi menu yang ditawarkan beragam	55	43	2	0	0	100	453
Total							300	1381

Sumber : Tabel 5.7 – 5.9

Berdasarkan tabel 5.10, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 3 pernyataan mengenai sub variabel produk adalah sebesar 1381. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 3 \times 100 \\
 &= 300
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 5 \times 3 \times 100 \\
 &= 1500
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\
 &= 1500 - 300
 \end{aligned}$$

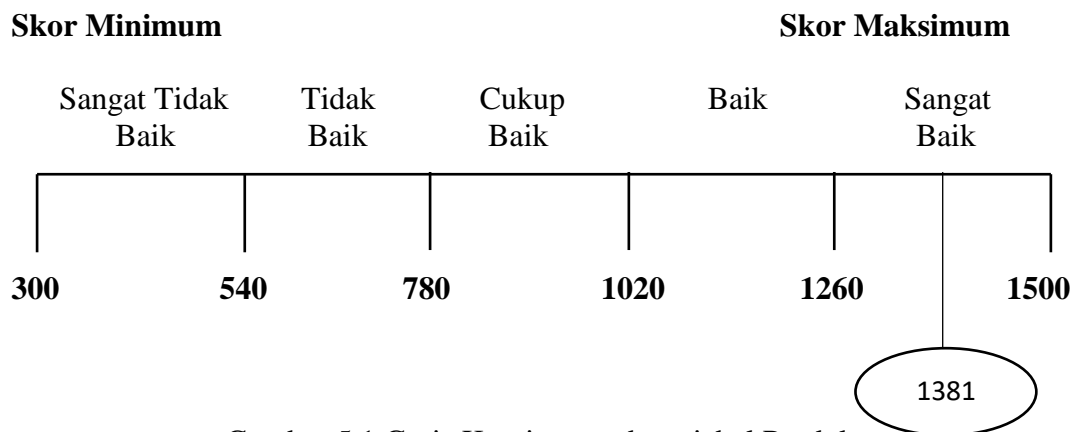
$$= 1200$$

Jarak Interval = Nilai rentang ÷ Banyaknya kategori

$$= 1200 \div 5$$

$$= 240$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.1 Garis Kontinum sub variabel Produk

Sumber : Tabel 5.10 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.1, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel produk sebesar 1381 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel produk Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Harga

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “harga yang ditawarkan mahal”

Tabel 5.11
Harga yang ditawarkan mahal

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	33	33,00%	165	Setuju
Setuju	4	28	28,00%	112	
Cukup Setuju	3	25	25,00%	75	
Tidak Setuju	2	8	8,00%	16	
Sangat Tidak Setuju	1	6	6,00%	6	
Total		100	1	374	
Rata - rata	3,74				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.11, diperoleh nilai rata – rata 3,74 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori setuju bahwa harga yang ditawarkan mahal karena harga yang ditawarkan untuk makanan mulai dari Rp 40.000 – Rp 185.000 dan Rp 20.000 – Rp 60.000 untuk *dessert & appetizer*.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan”

Tabel 5.12
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	50	50,00%	250	Sangat Setuju
Setuju	4	48	48,00%	192	
Cukup Setuju	3	2	2,00%	6	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	448	
Rata - rata	4,48				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.12, diperoleh nilai rata – rata 4,48 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa harga yang

ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan karena selain rasa, faktor penyajian sangat diperhatikan oleh Vermont restaurant.

5.2.2.1.2.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Harga

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 3 pernyataan mengenai sub variabel harga secara keseluruhan.

Tabel 5.13

Penilaian responden terhadap sub-variabel harga

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Harga yang ditawarkan mahal	33	28	25	8	6	100	374
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan	50	48	2	0	0	100	448
Total							200	822

Sumber : Tabel 5.11 – 5.12

Berdasarkan tabel 5.13, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel harga adalah sebesar 822. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 2 \times 100 \\
 &= 200
 \end{aligned}$$

$$\text{Nilai indeks maks} = \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden}$$

$$= 5 \times 2 \times 100$$

$$= 1000$$

Nilai rentang = Indeks maks – Indeks min

$$= 1000 - 200$$

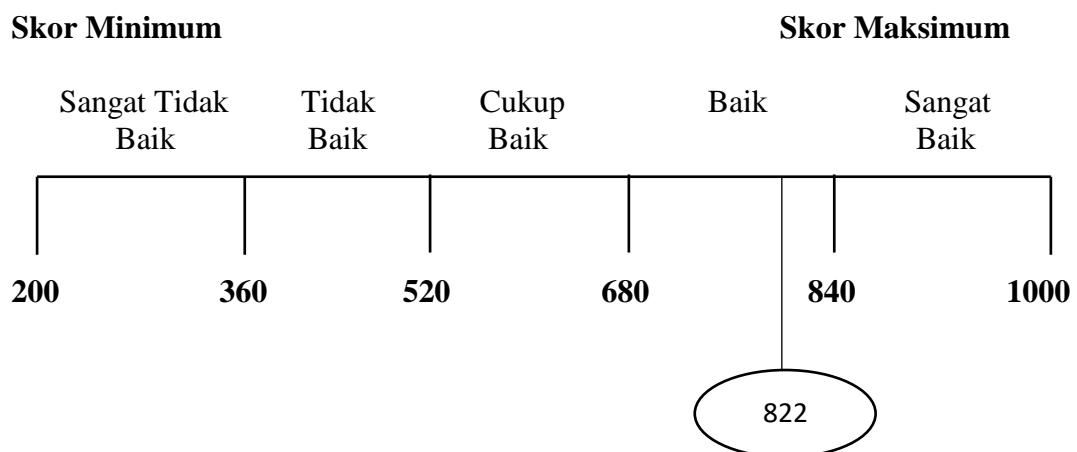
$$= 800$$

Jarak Interval = Nilai rentang ÷ Banyaknya kategori

$$= 800 \div 5$$

$$= 160$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.2 Garis Kontinum sub variabel harga

Sumber : Tabel 5.13 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.2, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel harga sebesar 822 termasuk dalam kategori “baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel harga Vermont restaurant baik.

5.2.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Tempat

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “Vermont restaurant berada di lokasi yang strategis”

Tabel 5.14
Vermont restaurant berada di lokasi yang strategis

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	45	45,00%	225	Sangat Setuju
Setuju	4	51	51,00%	204	
Cukup Setuju	3	3	3,00%	9	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	440	
Rata - rata	4,4				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.14, diperoleh nilai rata – rata 4,4 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa Vermont restaurant berada di lokasi yang strategis karena berada di Jalan Karang Sari no. 10 yang berada persis di samping Jalan Setiabudi.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “Vermont restaurant mempunyai lokasi yang mudah dijangkau berbagai moda transportasi”.

Tabel 5.15

Vermont restaurant mempunyai lokasi yang mudah dijangkau berbagai moda transportasi

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	44	44,00%	220	Sangat Setuju
Setuju	4	51	51,00%	204	
Cukup Setuju	3	5	5,00%	15	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	439	
Rata - rata	4,39				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.15, diperoleh nilai rata – rata 4,39 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa Vermont restaurant mempunyai lokasi yang mudah dijangkau berbagai moda transportasi karena akses dari jalan utama yaitu Jl Setiabudi tidak lebih dari 200 meter.

5.2.2.1.3.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Tempat

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor actual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel tempat secara keseluruhan.

Tabel 5.16

Penilaian responden terhadap sub-variabel tempat

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Berada di lokasi yang strategis	45	51	3	1	0	100	440
2	Mempunyai lokasi yang mudah dijangkau berbagai moda transportasi	44	51	5	0	0	100	439
Total							200	879

Sumber : Tabel 5.14 – 5.15

Berdasarkan tabel 5.16, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel tempat adalah sebesar 879. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

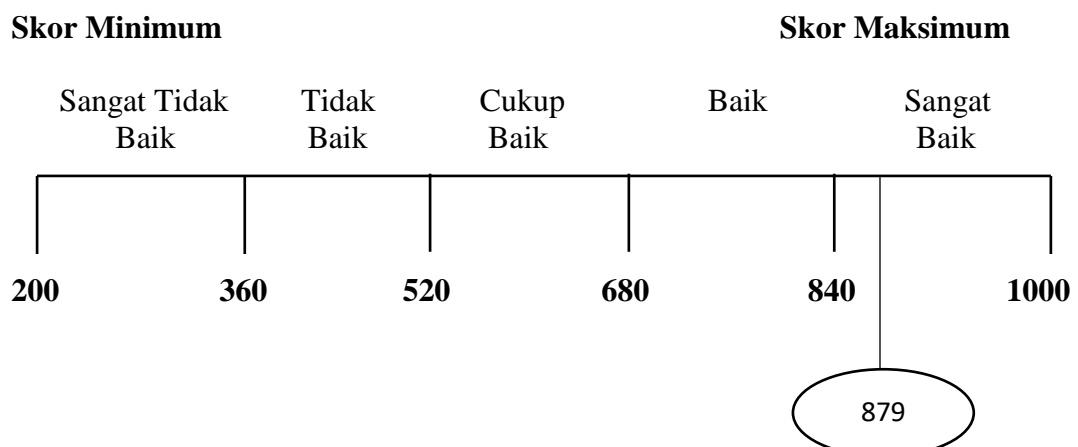
$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 2 \times 100 \\ &= 200 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 2 \times 100 \\ &= 1000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 1000 - 200 \\ &= 800 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 800 \div 5 \\ &= 160 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.3 Garis Kontinum sub variabel tempat

Sumber : Tabel 5.16 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.3, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel tempat sebesar 879 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel tempat Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Promosi

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “sosial media Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan”.

Tabel 5.17

Sosial media Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	43	43,00%	215	Sangat Setuju
Setuju	4	53	53,00%	212	
Cukup Setuju	3	3	3,00%	9	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	438	
Rata - rata	4,38				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.16, diperoleh nilai rata – rata 4,38 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa sosial media

Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan karena selain dari suasana yang ada, produk yang ditawarkan pun diunggah kedalam sosial media Vermont restaurant secara berkala.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar”

Tabel 5.18

Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	39	39,00%	195	Sangat Setuju
Setuju	4	58	58,00%	232	
Cukup Setuju	3	3	3,00%	9	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	436	
Rata - rata	4,36				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.17, diperoleh nilai rata – rata 4,36 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar karena dalam beberapa hari – hari besar, Vermont restaurant memberikan penawaran spesial yang hanya bisa didapatkan di hari tersebut.

5.2.2.1.4.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Promosi

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor actual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel promosi secara keseluruhan.

Tabel 5.19
Penilaian responden terhadap sub-variabel promosi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Sosial media Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan	43	53	3	1	60	100	438
2	Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar	39	58	3	0	0	100	436
Total							200	874

Sumber : Tabel 5.17 – 5.18

Berdasarkan tabel 5.19, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel promosi adalah sebesar 874. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 2 \times 100 \\
 &= 200
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 5 \times 2 \times 100 \\
 &= 1000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\
 &= 1000 - 200
 \end{aligned}$$

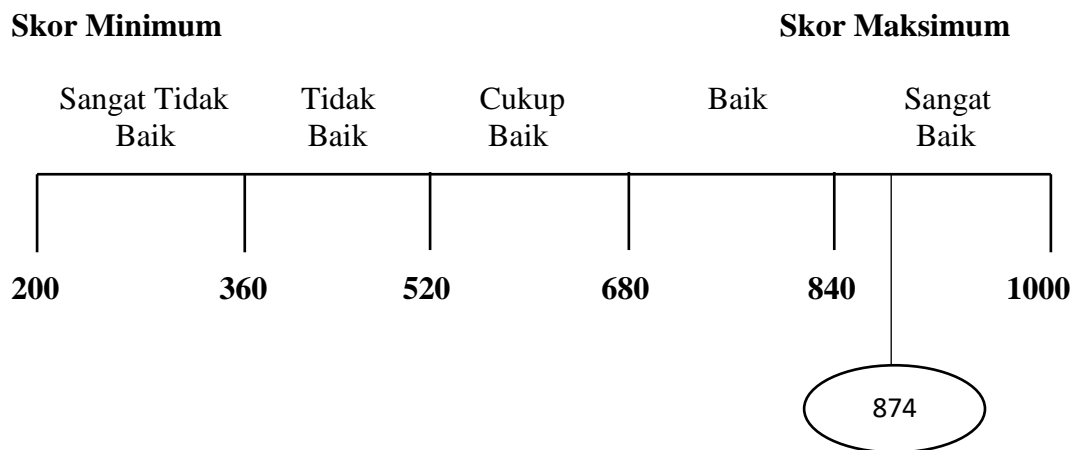
$$= 800$$

Jarak Interval = Nilai rentang ÷ Banyaknya kategori

$$= 800 \div 5$$

$$= 160$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.4 Garis Kontinum sub variabel promosi

Sumber : Tabel 5.19 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.4, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel promosi sebesar 874 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel promosi Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Partisipan

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “Pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu”

Tabel 5.20

Pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	41	41,00%	205	Sangat Setuju
Setuju	4	48	48,00%	192	
Cukup Setuju	3	10	10,00%	30	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	429	
Rata - rata	4,29				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.20, diperoleh nilai rata – rata 4,29 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu karena setiap pramusaji diwajibkan untuk menghafal menu yang ada dan dapat memberikan gambaran kepada konsumen yang datang.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “Pramusaji ramah terhadap konsumen”

Tabel 5.21

Pramusaji ramah terhadap konsumen

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	41	41,00%	205	Sangat Setuju
Setuju	4	52	52,00%	208	
Cukup Setuju	3	7	7,00%	21	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	434	
Rata - rata	4,34				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.21, diperoleh nilai rata – rata 4,34 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa pramusaji ramah terhadap konsumen karena sesuai standar pelayanan yang diterapkan oleh Vermont restaurant, pramusaji haruslah bersikap ramah terhadap konsumen tanpa membedakan sedikitpun.

5.2.2.1.5.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Partisipan

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel partisipan secara keseluruhan.

Tabel 5.22

Penilaian responden terhadap sub-variabel partisipan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu	41	48	10	1	0	100	429
2	Pramusaji ramah terhadap konsumen	41	52	7	0	0	100	434
Total							200	863

Sumber : Tabel 5.20 – 5.21

Berdasarkan tabel 5.22, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel partisipan adalah sebesar 863. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

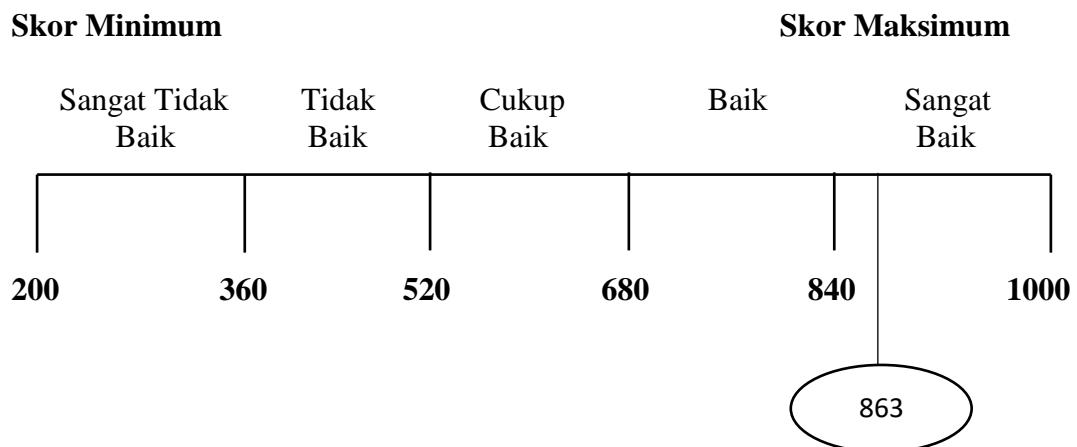
$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 2 \times 100 \\ &= 200\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 2 \times 100 \\ &= 1000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 1000 - 200 \\ &= 800\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 800 \div 5 \\ &= 160\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.5 Garis Kontinum sub variabel partisipan

Sumber : Tabel 5.22 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.5, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel partisipan sebesar 863 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel partisipan Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.1.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Proses

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “proses pemesanan dilakukan dengan baik”.

Tabel 5.23
Proses pemesanan dilakukan dengan baik

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	42	42,00%	210	Sangat Setuju
Setuju	4	53	53,00%	212	
Cukup Setuju	3	5	5,00%	15	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	100,00%	437	
Rata - rata	4,37				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.23, diperoleh nilai rata – rata 4,37 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa proses pemesanan dilakukan dengan baik karena standar operasional Vermont restaurant yang terus ditanamkan kepada para pramusaji terutama dalam hal proses pemesanan makanan.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “masakan yang dipesan disajikan dengan cepat”

Tabel 5.24
Masakan yang dipesan disajikan dengan cepat

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	50	50,00%	250	Sangat Setuju
Setuju	4	47	47,00%	188	
Cukup Setuju	3	3	3,00%	9	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	100,00%	447	
Rata - rata	4,47				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.24, diperoleh nilai rata – rata 4,47 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa masakan yang dipesan disajikan dengan cepat karena terdapat rentang waktu maksimal untuk penyajian setiap menu yang dipesan konsumen dari proses pembuatan hingga penyajian yang diterapkan oleh Vermont restaurant.

5.2.2.1.6.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Proses

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel proses secara keseluruhan.

Tabel 5.25
Penilaian responden terhadap sub-variabel proses

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Proses pemesanan dilakukan dengan baik	42	53	5	0	0	100	437

2	Masakan yang dipesan disajikan dengan cepat	50	47	3	0	0	100	447
Total							200	884

Sumber : Tabel 5.24

Berdasarkan tabel 5.25, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel proses adalah sebesar 884. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

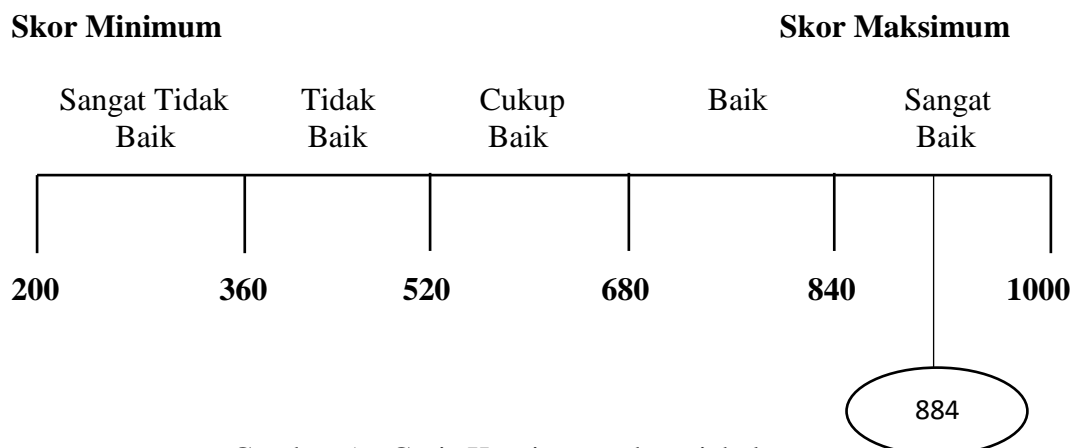
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 2 \times 100 \\
 &= 200
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 5 \times 2 \times 100 \\
 &= 1000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\
 &= 1000 - 200 \\
 &= 800
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\
 &= 800 \div 5 \\
 &= 160
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.6 Garis Kontinum sub variabel proses

Sumber : Tabel 5.25 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.6, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel proses sebesar 884 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel proses Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.1.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran Sub Variabel Bukti Fisik

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “tampilan makanan yang disajikan, bagus untuk menarik konsumen”

Tabel 5.26

Tampilan makanan yang disajikan bagus untuk menarik konsumen

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	46	46,00%	230	Sangat Setuju
Setuju	4	48	48,00%	192	
Cukup Setuju	3	6	6,00%	18	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	440	
Rata - rata			4,4		

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.26, diperoleh nilai rata – rata 4,4 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa tampilan makanan yang disajikan bagus untuk menarik konsumen karena Vermont restaurant memberikan perhatian khusus terhadap penyajian dari setiap makanan atau minuman sesuai dengan standar yang ada.

5.2.2.1.7.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Bukti Fisik

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel bukti fisik secara keseluruhan.

Tabel 5.27

Penilaian responden terhadap sub-variabel bukti fisik

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Tampilan makanan yang disajikan, bagus untuk menarik konsumen	46	48	6	0	0	100	440
Total							100	440

Sumber : Tabel 5.27

Berdasarkan tabel 5.27, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel proses adalah sebesar 440. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

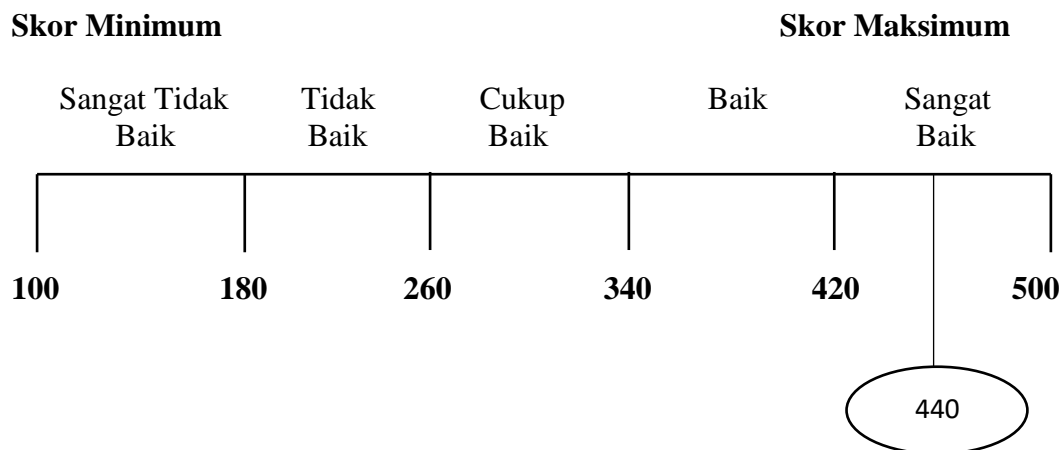
$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 1 \times 100 \\ &= 100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 1 \times 100 \\ &= 500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 500 - 100 \\ &= 400 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 400 \div 5 \\ &= 80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.7 Garis Kontinum sub variabel bukti fisik

Sumber : Tabel 5.27 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.7, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel bukti fisik sebesar 440 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel bukti fisik

Vermont restaurant sangat baik. Berikut adalah rekapitulasi tanggapan rata – rata responden mengenai bauran pemasaran dilakukan oleh Vermont restaurant :

Tabel 5.28
Rekapitulasi Nilai Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Bauran Pemasaran Sesuai Urutan Pernyataan

No	Pernyataan	Total	Skor Aktual	Skor rata – rata	Kategori
1	Bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi	100	470	4.70	Sangat Setuju
2	Rasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan	100	458	4.58	Sangat Setuju
3	Variasi menu yang ditawarkan beragam	100	453	4,53	Sangat Setuju
4	Harga yang ditawarkan mahal	100	374	3,74	Setuju
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan	100	448	4,48	Sangat Setuju
6	Vermont restaurant berada di lokasi yang strategis	100	440	4,40	Sangat Setuju
7	Vermont restaurant mempunyai lokasi yang mudah dijangkau oleh berbagai moda transportasi	100	439	4,39	Sangat Setuju
8	Sosial media Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan	100	438	4,38	Sangat Setuju
9	Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar	100	436	4,36	Sangat Setuju
10	Pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu	100	429	4,29	Sangat Setuju
11	Pramusaji ramah terhadap konsumen	100	434	4,34	Sangat Setuju
12	Proses pemesanan dilakukan dengan baik	100	437	4,37	Sangat Setuju
13	Masakan yang dipesan disajikan dengan baik	100	447	4,47	Sangat Setuju
14	Tampilan makanan yang bagus untuk menarik konsumen	100	440	4,40	Sangat Setuju
Total		1400	6143		

Sumber : Tabel 5.7 – 5.27 yang telah diolah

Tabel 5.29
Rekapitulasi Nilai Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Bauran
Pemasaran Sesuai Urutan Peringkat

No	Pernyataan	Total	Skor Aktual	Skor rata – rata	Kategori
1	Bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi	100	470	4.70	Sangat Setuju
2	Rasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan	100	458	4.58	Sangat Setuju
3	Variasi menu yang ditawarkan beragam	100	453	4,53	Sangat Setuju
4	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diharapkan	100	448	4,48	Sangat Setuju
5	Masakan yang dipesan disajikan dengan baik	100	447	4,47	Sangat Setuju
6	Vermont restaurant berada di lokasi yang strategis	100	440	4,40	Sangat Setuju
7	Tampilan makanan yang bagus untuk menarik konsumen	100	440	4,40	Sangat Setuju
8	Vermont restaurant mempunyai lokasi yang mudah dijangkau oleh berbagai moda transportasi	100	439	4,39	Sangat Setuju
9	Sosial media Vermont restaurant memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan	100	438	4,38	Sangat Setuju
10	Proses pemesanan dilakukan dengan baik	100	437	4,37	Sangat Setuju
11	Vermont restaurant memberikan diskon khusus untuk hari – hari besar	100	436	4,36	Sangat Setuju
12	Pramusaji ramah terhadap konsumen	100	434	4,34	Sangat Setuju
13	Pramusaji dapat memberikan penjelasan produk yang ditawarkan dalam menu	100	429	4,29	Sangat Setuju
14	Harga yang ditawarkan mahal	100	374	3,74	Setuju
Total		1400	6143		

Sumber : Tabel 5.28 yang telah diolah

5.2.2.1.8 Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Bauran Pemasaran

Berdasarkan tabel 5.27, dapat diketahui bahwa hasil dari tanggapan 100 responden terhadap pernyataan yang ada dan diperoleh skor aktual dan skor rata – rata pada masing – masing pernyataan. Secara keseluruhan variabel bauran pemasaran memiliki nilai skor aktual sebesar 6143 dengan 14 butir pernyataan setelah diajukan kepada 100 responden yang penulis teliti. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh, dengan perhitungan sebagai berikut :

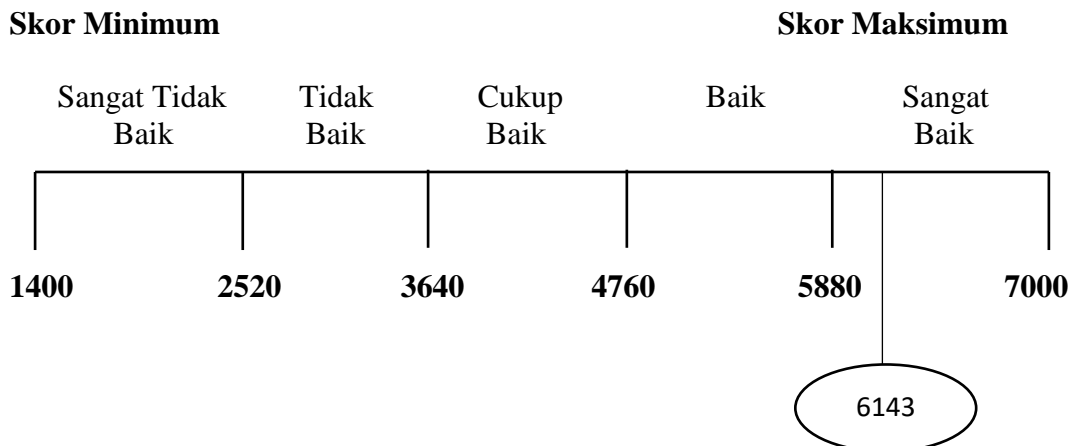
$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 14 \times 100 \\ &= 1400 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 14 \times 100 \\ &= 7000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 7000 - 1400 \\ &= 5600 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 5600 \div 5 \\ &= 1120 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.8 Garis kontinum variabel bauran pemasaran

Sumber : Tabel 5.28 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.8, dapat dilihat bahwa skor aktual variabel bauran pemasaran sebesar 6143 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai variabel bauran pemasaran Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.2 Gambaran Proses Keputusan Pembelian

Berikut ini akan penulis jabarkan hasil dari kuesioner mengenai variabel Proses Keputusan Pembelian dengan sub variabel yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian

5.2.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Pembelian Sub Variabel Pengenalan Kebutuhan

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “membeli makanan di Vermont restaurant sebagai kebutuhan”

Tabel 5.29

Membeli makanan di Vermont restaurant sebagai kebutuhan

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	50	50,00%	250	Sangat Setuju
Setuju	4	47	47,00%	188	
Cukup Setuju	3	2	2,00%	6	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	446	
Rata - rata			4,46		

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.29, diperoleh nilai rata – rata 4,46 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden membeli makanan di Vermont restaurant sebagai kebutuhan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar untuk setiap manusia.

5.2.2.2.1.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Pengenalan Kebutuhan

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel Pengenalan Kebutuhan secara keseluruhan.

Tabel 5.30

Penilaian responden terhadap sub-variabel pengenalan kebutuhan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Membeli makanan di Vermont restaurant sebagai kebutuhan	50	47	2	1	0	100	446
Total							100	446

Sumber : Tabel 5.29

Berdasarkan tabel 5.30, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel pengenalan kebutuhan adalah sebesar 446. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

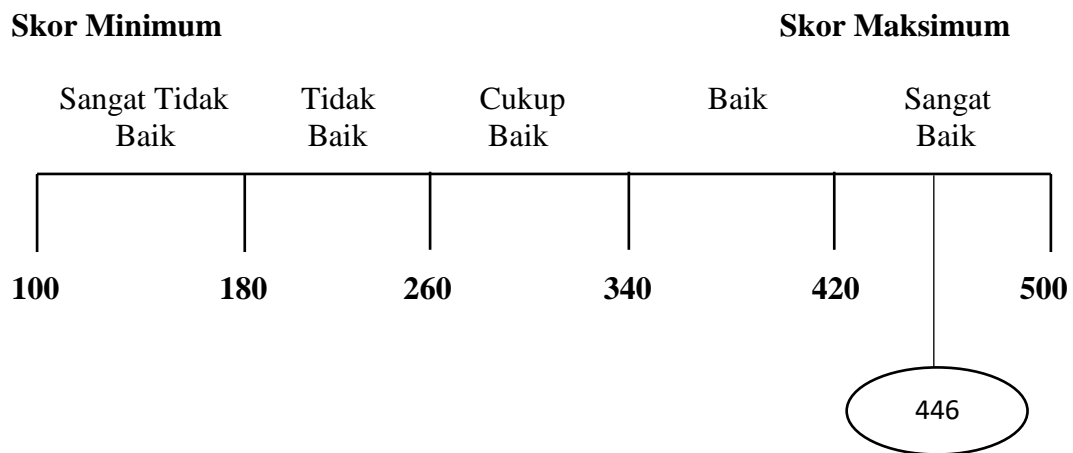
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 1 \times 100 \\
 &= 100
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 5 \times 1 \times 100 \\
 &= 500
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\
 &= 500 - 100 \\
 &= 400
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\
 &= 400 \div 5 \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.9 Garis Kontinum sub variabel pengenalan kebutuhan

Sumber : Tabel 5.30 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.9, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel pengenalan kebutuhan sebesar 446 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel pengenalan kebutuhan Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Pembelian Sub Variabel Pencarian Informasi

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui Internet”.

Tabel 5.31

Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui internet

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	42	42,00%	210	Sangat Setuju
Setuju	4	52	52,00%	208	
Cukup Setuju	3	6	6,00%	18	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	436	
Rata - rata	4,36				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.31, diperoleh nilai rata – rata 4,36 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui internet karena terdapat *spot* yang menarik untuk dapat diunggah ke sosial media dan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk datang dan mencari informasi mengenai Vermont restaurant.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui pengalaman sebelumnya”.

Tabel 5.32
Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui pengalaman
sebelumnya

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	44	44,00%	220	Sangat Setuju
Setuju	4	48	48,00%	192	
Cukup Setuju	3	8	8,00%	24	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	436	
Rata - rata	4,36				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.32, diperoleh nilai rata – rata 4,36 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui pengalaman sebelumnya karena berdasarkan dari rekomendasi teman terdekat, relasi dan keluarga yang puas terhadap pelayanan yang diberikan.

5.2.2.2.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Pencarian Informasi

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel pencarian informasi secara keseluruhan.

Tabel 5.33
Penilaian responden terhadap sub-variabel pencarian informasi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Mendapatkan informasi Vermont restaurant melalui internet	42	52	6	0	0	100	436

2	Mendapatkan informasi Vermont restaurant melalui pengalaman sebelumnya	44	48	8	0	0	100	436
Total							200	872

Sumber : Tabel 5.32

Berdasarkan tabel 5.30, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel pencarian informasi adalah sebesar 872. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Nilai indeks min} = \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden}$$

$$= 1 \times 2 \times 100$$

$$= 200$$

$$\text{Nilai indeks maks} = \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden}$$

$$= 5 \times 2 \times 100$$

$$= 1000$$

$$\text{Nilai rentang} = \text{Indeks maks} - \text{Indeks min}$$

$$= 1000 - 200$$

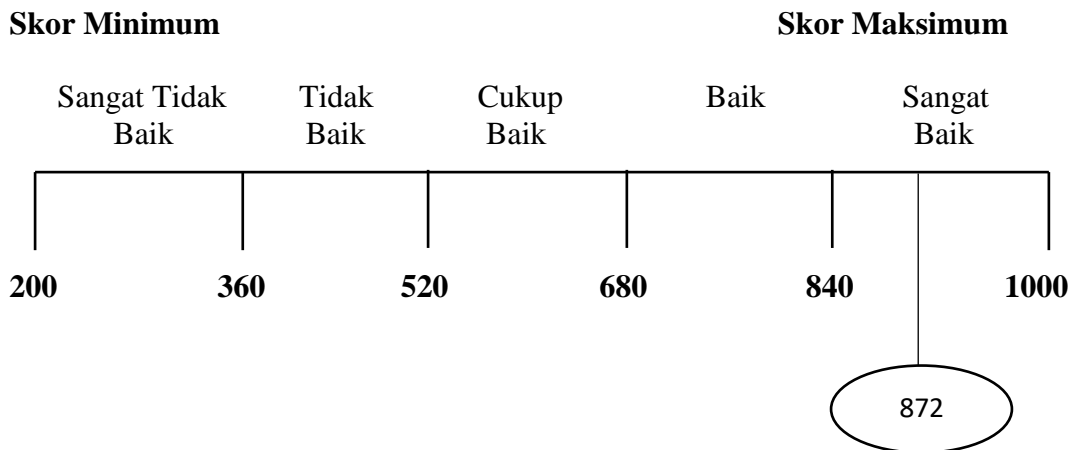
$$= 800$$

$$\text{Jarak Interval} = \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori}$$

$$= 800 \div 5$$

$$= 160$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.10 Garis Kontinum sub variabel pencarian informasi

Sumber : Tabel 5.33 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.10, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel pencarian informasi sebesar 872 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel pencarian informasi Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Pembelian Sub Variabel Pengevaluasian Alternatif

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok”.

Tabel 5.34

Menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	39	39,00%	195	Sangat Setuju
Setuju	4	51	51,00%	204	
Cukup Setuju	3	10	10,00%	30	
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	429	
Rata - rata	4,29				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.34, diperoleh nilai rata – rata 4,29 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok karena kebutuhan akan jumlah kapasitas dan juga ketenangan suasana yang diberikan oleh Vermont restaurant menjadi daya tarik tersendiri.

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya”

Tabel 5.35

Mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	46	46,00%	230	Sangat Setuju
Setuju	4	48	48,00%	192	
Cukup Setuju	3	5	5,00%	15	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	439	
Rata - rata	4,39				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.35, diperoleh nilai rata – rata 4,39 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden

mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya berdasarkan beberapa faktor yang ada yang menjadi pertimbangan sendiri dari responden.

5.2.2.2.3.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Pengevaluasian Alternatif

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel pengevaluasian alternatif secara keseluruhan.

Tabel 5.36

Penilaian responden terhadap sub-variabel pengevaluasian alternatif

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok	39	51	10	0	0	100	429
2	Mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya	46	48	5	1	0	100	439
Total							200	868

Sumber : Tabel 5.34 – 5.35

Berdasarkan tabel 5.36, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 2 pernyataan mengenai sub variabel pengevaluasian alternatif adalah sebesar 868. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

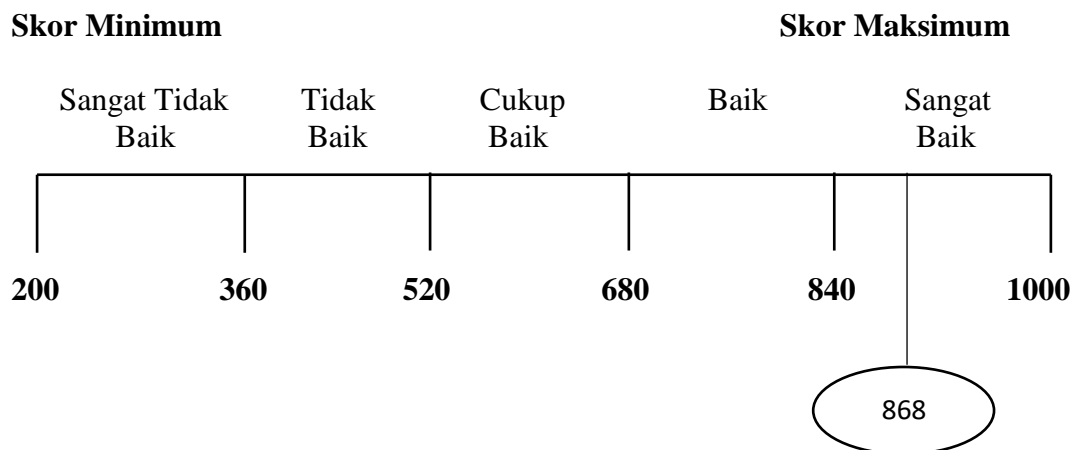
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 2 \times 100 \\
 &= 200
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 2 \times 100 \\ &= 1000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 1000 - 200 \\ &= 800\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 800 \div 5 \\ &= 160\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.11 Garis Kontinum sub variabel pengevaluasian alternatif

Sumber : Tabel 5.36 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.11, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel pengevaluasian alternatif sebesar 868 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel pengevaluasian alternatif Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Pembelian Sub Variabel Keputusan Pembelian

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan”.

Tabel 5.37

Memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	39	39,00%	195	Sangat Setuju
Setuju	4	56	56,00%	224	
Cukup Setuju	3	4	4,00%	12	
Tidak Setuju	2	1	1,00%	2	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0	
Total		100	1	433	
Rata - rata	4,33				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.37, diperoleh nilai rata – rata 4,33 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan berdasarkan dari pencarian sebelumnya terkait dengan berbagai pertimbangan yang ada.

5.2.2.2.4.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Keputusan Pembelian

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel keputusan pembelian secara keseluruhan.

Tabel 5.38

Penilaian responden terhadap sub-variabel keputusan pembelian

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan	39	56	4	1	0	100	433
Total							100	433

Sumber : Tabel 5.37

Berdasarkan tabel 5.38, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel keputusan pembelian adalah sebesar 433. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 1 \times 1 \times 100 \\
 &= 100
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\
 &= 5 \times 1 \times 100 \\
 &= 500
 \end{aligned}$$

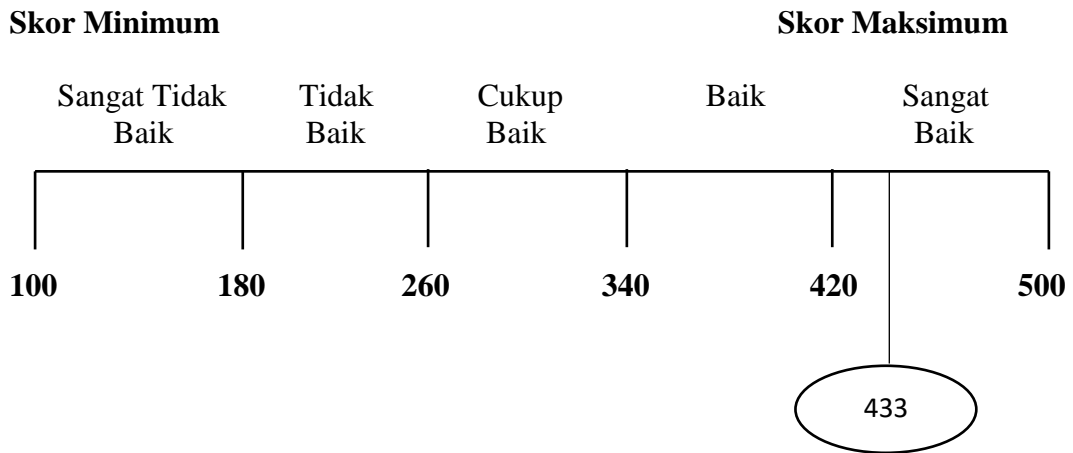
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\
 &= 500 - 100 \\
 &= 400
 \end{aligned}$$

$$\text{Jarak Interval} = \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori}$$

$$= 400 \div 5$$

$$= 80$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.12 Garis Kontinum sub variabel keputusan pembelian

Sumber : Tabel 5.38 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.12, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel keputusan pembelian sebesar 433 termasuk dalam kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel keputusan pembelian Vermont restaurant sangat baik.

5.2.2.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Pembelian Sub Variabel Kepuasan Konsumen

Berikut ini tabel tanggapan responden terhadap pernyataan “puas menikmati makanan yang ditawarkan di Vermont restaurant”.

Tabel 5.39

Puas menikmati makanan yang ditawarkan di Vermont restaurant

Jawaban	Bobot	Frekuensi	Presentase	(F × B)	Kategori
Sangat Setuju	5	35	35,00%	175	Setuju
Setuju	4	35	35,00%	140	
Cukup Setuju	3	12	12,00%	36	
Tidak Setuju	2	16	16,00%	32	
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,00%	2	
Total		100	1	385	
Rata - rata	3,85				

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel 5.39, diperoleh nilai rata – rata 3,85 dari tanggapan responden yang termasuk dalam kategori sangat setuju bahwa responden puas menikmati makanan yang ditawarkan di Vermont restaurant berdasarkan dari pengalaman yang ada dibandingkan dengan tempat sejenis lainnya.

5.2.2.5.1 Garis Kontinum Sub-Variabel Kepuasan konsumen

Berikut ini adalah tabel berdasarkan skor aktual dari tanggapan responden terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Tabel 5.40

Penilaian responden terhadap sub-variabel kepuasan konsumen

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total	Skor
		SS	S	CS	TS	STS		Aktual
1	Puas menikmati makanan yang ditawarkan di Vermont restaurant	35	35	12	16	2	100	385
Total							100	385

Sumber : Tabel 5.39

Berdasarkan tabel 5.40, diketahui bahwa total skor yang dicapai terhadap 1 pernyataan mengenai sub variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 385. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

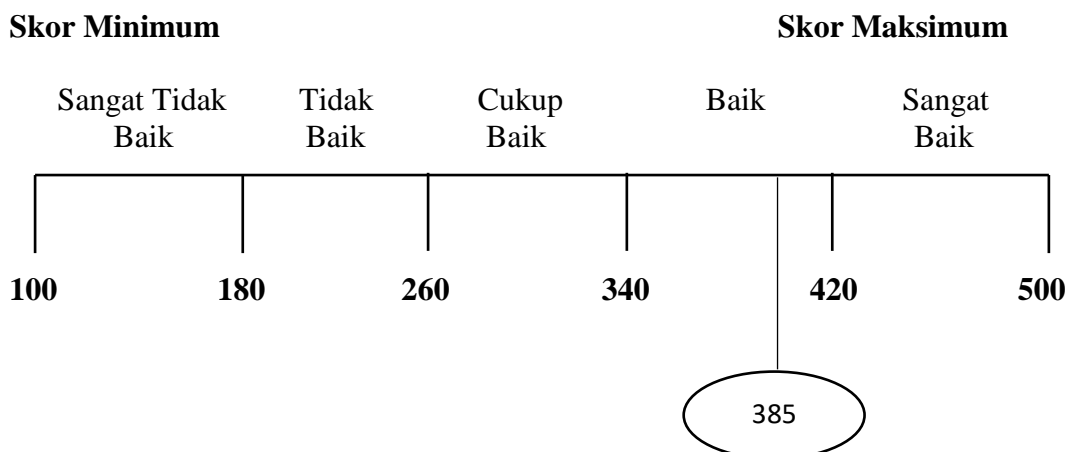
$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 1 \times 100 \\ &= 100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 1 \times 100 \\ &= 500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 500 - 100 \\ &= 400 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 400 \div 5 \\ &= 80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.13 Garis Kontinum sub variabel kepuasan konsumen

Sumber : Tabel 5.40 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.13, dapat dilihat bahwa skor aktual sub variabel kepuasan konsumen sebesar 385 termasuk dalam kategori “baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai sub variabel kepuasan konsumen Vermont restaurant sangat baik.

Berikut adalah rekapitulasi tanggapan rata – rata responden mengenai proses keputusan pembelian dilakukan oleh Vermont restaurant :

Tabel 5.41

Rekapitulasi Nilai Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Proses keputusan pembelian Sesuai Urutan Pernyataan

No	Pernyataan	Total	Skor Aktual	Skor rata – rata	Kategori
1	Membeli makanan di Vermont restaurant berdasarkan kebutuhan	100	446	4.46	Sangat Setuju
2	Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui internet (Website, Social Media)	100	436	4.36	Sangat Setuju
3	Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant dari pengalaman sebelumnya	100	436	4,36	Sangat Setuju
4	Menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan secara pribadi atau kelompok	100	429	4,29	Setuju
5	Mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya	100	439	4,39	Sangat Setuju
6	Memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan	100	433	4,33	Sangat Setuju
7	Puas setelah menikmati makanan yang ditawarkan oleh Vermont restaurant	100	385	3,85	Setuju
Total		700	3004		

Sumber : Tabel 5.29 – 5.40 yang telah diolah

Tabel 5.42
Rekapitulasi Nilai Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Proses
keputusan pembelian Sesuai Urutan Peringkat

No	Pernyataan	Total	Skor Aktual	Skor rata – rata	Kategori
1	Membeli makanan di Vermont restaurant berdasarkan kebutuhan	100	446	4.46	Sangat Setuju
2	Mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya	100	439	4,39	Sangat Setuju
3	Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant melalui internet (Website, Social Media)	100	436	4.36	Sangat Setuju
4	Mendapatkan informasi mengenai Vermont restaurant dari pengalaman sebelumnya	100	436	4,36	Sangat Setuju
5	Memutuskan untuk memilih Vermont restaurant sebagai tempat untuk menikmati makanan yang ditawarkan	100	433	4,33	Sangat Setuju
6	Menyeleksi restoran yang memenuhi kebutuhan secara pribadi atau kelompok	100	429	4,29	Setuju
7	Puas setelah menikmati makanan yang ditawarkan oleh Vermont restaurant	100	385	3,85	Setuju
Total		700	3004		

Sumber : Tabel 5.41 yang telah diolah

5.2.2.2.6 **Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Proses Keputusan Pembelian**

Berdasarkan tabel 5.42, dapat diketahui bahwa hasil dari tanggapan 100 responden terhadap pernyataan yang ada dan diperoleh skor aktual dan skor rata – rata pada masing – masing pernyataan. Secara keseluruhan variabel proses keputusan pembelian memiliki nilai skor aktual sebesar 3004 dengan 7 butir pernyataan setelah diajukan kepada 100 responden yang penulis teliti. Maka dilakukan pengkategorian untuk memberikan interpretasi terhadap nilai skor aktual yang telah diperoleh, dengan perhitungan sebagai berikut :

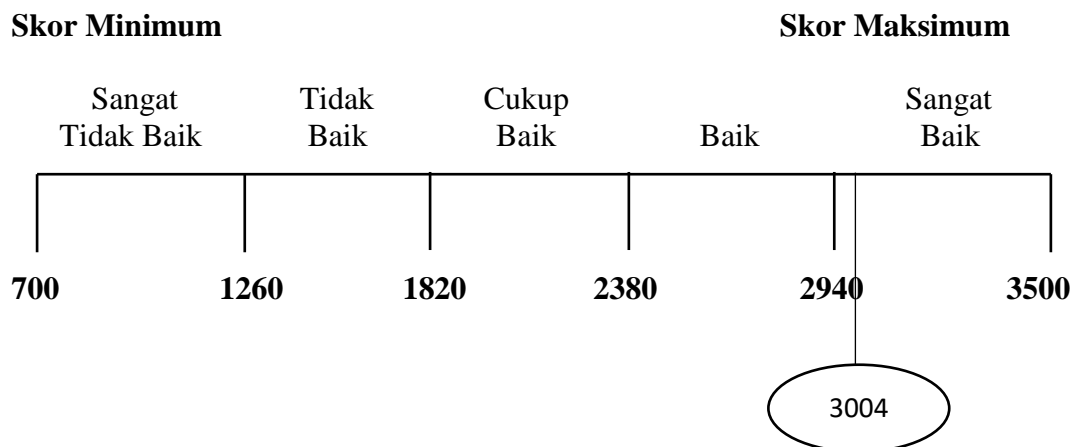
$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks min} &= \text{Skor min} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 1 \times 7 \times 100 \\ &= 700\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks maks} &= \text{Skor maks} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Responden} \\ &= 5 \times 7 \times 100 \\ &= 3500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai rentang} &= \text{Indeks maks} - \text{Indeks min} \\ &= 3500 - 700 \\ &= 2800\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jarak Interval} &= \text{Nilai rentang} \div \text{Banyaknya kategori} \\ &= 2800 \div 5 \\ &= 560\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinumnya adalah :



Gambar 5.14 Garis kontinum variabel proses keputusan pembelian

Sumber : Tabel 5.42 yang telah diolah

Berdasarkan gambar garis kontinum pada gambar 5.14, dapat dilihat bahwa skor aktual variabel proses keputusan pembelian sebesar 3004 termasuk dalam

kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai variabel proses keputusan pembelian Vermont restaurant sangat baik.

5.3 Analisis Inferensial

Metode analisis inferensial yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi sederhana digunakan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara langsung. Sebelum melakukan analisis regresi sederhana, pertama-tama akan di hitung uji asumsi klasik dengan tujuan agar persamaan yang dihasilkan adalah persamaan yang baik dan tidak bias.

5.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, yang nilainya didapatkan sebagai berikut.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *bebas*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Untuk mendeketeksi model regresi berdistribusi normal atau tidak digunakan uji Kolmogorov - smirnov, dengan ketentuan data berdistribusi normal jika nilai sig berada di atas 0,05. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 5.43
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.35261368
	Absolute	.063
Most Extreme Differences	Positive	.045
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.632
Asymp. Sig. (2-tailed)		.819

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai sig berada diatas 0,05. Sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal. Uji asumsi klasik sudah terpenuhi sehingga analisis regresi sederhana dapat dilanjutkan karena sudah didapat bahwa tidak terdapat pelanggaran asumsi klasik.

5.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat pengaruh Bauran Pemasaran (X) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y). Analisis regresi linier sederhana dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1$$

Dimana :

Y = Proses Keputusan Pembelian

X₁ = Bauran Pemasaran

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 22.0* untuk analisis regresi sederhana disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5.44
Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.546	0.237		2.304	0.023
	X	0.822	0.07	0.763	11.701	0

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier sebagai berikut :

$$Y = 0,546 + 0,822 X_1$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Proses Keputusan Pembelian. Koefisien regresi untuk variabel bebas X bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Bauran pemasaran (X) dengan Proses Keputusan Pembelian (Y). Koefisien regresi variabel X sebesar 0,822 mengandung arti untuk setiap penambahan Bauran

pemasaran sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Proses Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,365 satuan.

5.3.2 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian

Analisis pengaruh variabel Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian diperoleh hasil berdasarkan output *IBM SPSS versi 22.0*. Berikut adalah hasil analisis pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian.

Tabel 5.45
Analisis Regresi Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.546	0.237		2.304	0.023
	X	0.822	0.07	0.763	11.701	0

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa arah hubungan Bauran Pemasaran dengan Proses Keputusan Pembelian adalah positif dengan nilai 0,822 artinya ketika ada peningkatan Bauran Pemasaran maka akan meningkatkan Proses Keputusan Pembelian.

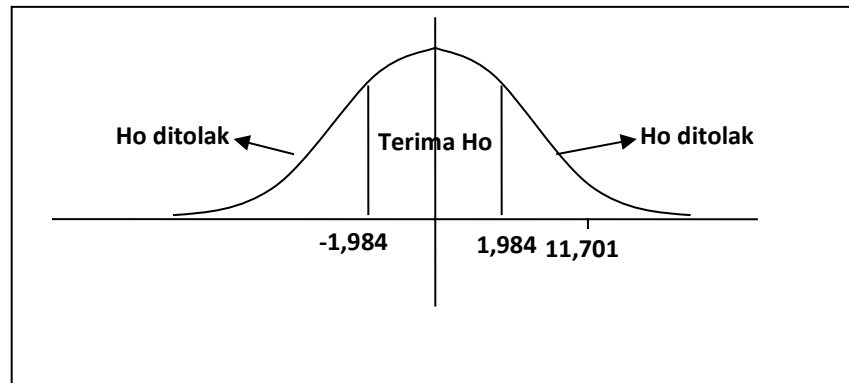
Kemudian penulis melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t yang memiliki ketentuan sebagai berikut.

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima atau ada pengaruh.
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak atau tidak ada pengaruh.

Hipotesis:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh signifikan Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian

H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian



Gambar 5.15

Uji Hipotesis Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 11,701 dan derajat bebas $(n-k-1)$ atau $100-1-1 = 98$ diperoleh angka t tabel 1,984, sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh signifikan antara Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian dapat diterima.

Tabel 5.46

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian
(Koefisien Determinasi)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	0.583	0.579	0.35441

-
- a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran
 b. Dependent Variable: Proses Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,763 kemudian koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,583. Artinya ada pengaruh antara variabel Bauran pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian sebesar 58,3% sedangkan sisanya 41,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak peneliti libatkan dalam penelitian ini.

Tabel 5.47
 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono (184:2013)

Berdasarkan hasil koefisien korelasi dalam tabel 5.46 sebesar 0,763 antara bauran pemasaran dengan proses keputusan pembelian dan nilainya bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat adalah searah, artinya jika bauran pemasaran semakin baik maka proses keputusan pembelian akan semakin tinggi. Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi 0,763 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, karena berada pada interval 0,60 – 0,799, sehingga disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara bauran pemasaran dengan proses keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat kesimpulan uji hipotesis yang dijabarkan sebagai berikut :

H₁ : Hipotesis dapat diterima karena terdapat pengaruh signifikan Bauran pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Vermont Restaurant”, dapat ditarik kesimpulan dan saran oleh penulis bagi pihak Vermont Restaurant sebagai berikut:

6.1.1 Perhitungan Statistika

6.1.1.1 Perhitungan Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil analisis korelasi terlihat bahwa nilai koefisien determinasinya yaitu $0,583 \times 100\% = 58,3\%$ atau dengan kata lain bauran pemasaran Vermont restaurant memiliki pengaruh sebesar 58,3% terhadap proses keputusan pembelian, sedangkan 41,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibawah dalam penelitian ini.

6.1.1.2 Perhitungan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis determinasi terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh antara bauran pemasaran dan proses keputusan pembelian sebesar 0,763. Nilai tersebut bedara pada rentang interval 0,6 – 0,799 yang artinya bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dan proses keputusan pembelian itu kuat.

6.1.2 Garis Kontinum Variabel

6.1.2.1 Garis Kontinum Variabel Bauran Pemasaran

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, skor aktual variabel bauran pemasaran sebesar 6143 yang termasuk kedalam kategori “sangat baik”. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan bahwa bauran pemasaran pada Vermont restaurant sangat baik.

6.1.2.2 Garis Kontinum Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, skor aktual variabel proses keputusan pembelian sebesar 3004 yang termasuk kedalam kategori “sangat baik”. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan bahwa proses keputusan pembelian pada Vermont restaurant sangat baik.

Kedua skor aktual dari variabel yang ada berada dalam kategori “sangat baik” dan hal tersebut harus terus dipertahankan bagi pihak Vermont restaurant.

6.1.3 Tanggapan Responden

6.1.3.1 Tanggapan Responden Variabel Bauran Pemasaran

Berdasarkan tabel peringkat terdapat 2 Pernyataan dengan peringkat tertinggi yang termasuk dalam kategori sangat setuju mengenai bauran pemasaran Vermont restaurant berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden yaitu :

- a. Pada peringkat tertinggi pertama, pernyataan “bahan baku yang digunakan berkualitas dan aman untuk dikonsumsi”, karena bahan baku yang Vermont restaurant gunakan selalu dijaga ke higienisan dan dalam kondisi yang *fresh*.
 - b. Pada peringkat tertinggi kedua, pernyataan “Rasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan”, karena dengan harga yang ditawarkan responden mendapatkan rasa yang sebanding.
2. Berdasarkan tabel peringkat terdapat 1 Pernyataan dengan peringkat terendah yang termasuk dalam kategori setuju mengenai bauran pemasaran Vermont restaurant berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden yaitu :
- a. Pada peringkat terendah, pernyataan “harga yang ditawarkan mahal”, karena harga yang ditawarkan untuk makanan mulai dari Rp 40.000 – Rp 185.000 dan Rp 20.000 – Rp 60.000 untuk *dessert & appetizer* termasuk kategori mahal untuk sebagian kalangan.

6.1.3.2 Tanggapan Responden Variabel Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel peringkat terdapat 2 Pernyataan dengan peringkat tertinggi yang termasuk dalam kategori sangat setuju mengenai proses keputusan pembelian Vermont restaurant berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden yaitu :

- a. Pada peringkat tertinggi pertama, pernyataan “membeli makanan di Vermont restaurant merupakan sebuah kebutuhan”, karena makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar setiap manusia.
- b. Pada peringkat tertinggi kedua, pernyataan “Mengevaluasi restoran yang sudah diseleksi sebelumnya”, berdasarkan faktor – faktor yang menjadi pertimbangan sendiri dari responden.

6.2 Saran

Dalam penelitian ini, penulis akan memberikan saran kepada pemilik dan pengelola Vermont restaurant. Terdapat satu hal yang perlu diperhatikan yang merupakan peringkat terendah dalam kategori setuju yaitu sub variabel harga dengan pernyataan “harga yang ditawarkan mahal” yaitu :

1. Harga menjadi salah satu hal yang sensitif dalam industri kuliner, karena dengan mudah konsumen dapat membandingkan harga secara cepat antar tiap restoran. Ada baiknya, Vermont restaurant memberikan perhatian khusus terhadap penentuan setiap harga dari setiap menu yang ditawarkan untuk dapat terus bersaing dengan restoran *fusion* lainnya dan menarik minat konsumen di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Arumsari, Ria. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Jatinangor)*. Bandung: Skripsi, Universitas Telkom Bandung.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (Vol 7)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Halim, Jessica. 2010. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di The Summit Factory Outlet Bandung*. Bandung: Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan.

Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Principles Of Marketing 14th edition*. New Jersey: Pearson Education Limited

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Pearson Education, inc

Kurniawan, Trisnandha. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bober Cafe Tropicana*. Bandung: Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan.

Nur, Devi. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Mie Reman Braga*. Bandung: Skripsi, Universitas Telkom Bandung.

Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Zeithaml, Valeria A. And Mary Jo, Bitner. 2000. *Service Marketing 2nd edition*, Mc Graw Hill, New Jersey.