



## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Herdacake Bakery dan Cafe Jember

*Analysis of Factors Affecting Purchase Decisions at Herdacake Bakery and Cafe Jember*

Rahma Dian Milinia Desi Atri <sup>1\*</sup>, Ratih Puspitorini Yekti Ambarkahi <sup>1</sup>,  
Wenny Dhamayanthi <sup>1</sup>, Dhanang Eka Putra <sup>1</sup>, Lenny Widjayanthi <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

<sup>2</sup> Jurusan Pertanian, Universitas Jember

\* rahmadesiatri@gmail.com

SUBMITTED : APR 07, 2021

ACCEPTED : JUN 23, 2022

PUBLISHED : JUN 30, 2022

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena Herdacake Bakery & Cafe Jember merupakan outlet yang baru saja dibuka tetapi mampu menarik konsumen dengan desain tempat yang kekinian atau instagamable dimana dapat dijadikan spot foto dan direkomendasikan banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Herdacake Bakery & Cafe Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Herdacake Bakery & Cafe Jember dengan pengambilan sampel sebanyak 40 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji F variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Herdacake Bakery & Cafe Jember. Sedangkan untuk uji t variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Herdacake Bakery & Cafe Jember. Variabel kualitas produk merupakan variabel berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Herdacake Bakery & Cafe Jember.

**Kata kunci** — Kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, keputusan pembelian.

### ABSTRACT

*This research is motivated because Herdacake Bakery & Cafe Jember is an outlet that has just opened but can attract consumers with a contemporary or instar gameable place design that can be used as a photo spot and recommended by many people. This study aims to analyze and examine the effect of product quality, service quality, and brand image on purchasing decisions at Herdacake Bakery & Cafe Jember. The population in this study were all consumers who bought Herdacake Bakery & Cafe Jember products with a sample of 40 respondents. The analytical tool used in this study is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25.00. The results of this study indicate that in the F test the variables of product quality, service quality, and brand image together have a significant effect on purchasing decisions at Herdacake Bakery & Cafe Jember. Meanwhile, for the t-test, the product quality variable partially has a significant effect on purchasing decisions at Herdacake Bakery & Cafe Jember. The product quality variable is the most dominant influencing variable on purchasing decisions at Herdacake Bakery & Cafe Jember.*

**Keywords** — Product quality, service quality, brand image, purchasing decisions.

 OPEN ACCESS

© 2022. R. D. M. D. Atri, R. P. Y. Ambarkahi, W. Dhamayanthi, D. E. Putra, L. Widjayanthi



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, industri makanan dan minuman merupakan industri yang mengalami perkembangan paling signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki pengaruh yang cukup besar. Banyaknya industri makanan dan minuman mengakibatkan ketatnya persaingan, sehingga para produsen dituntut untuk mempunyai kreativitas sebagai dasar keunikan tersendiri pada produknya agar mampu bertahan menghadapi persaingan. Pentingnya pemasaran atas suatu produk pada perusahaan dapat menciptakan dan memberikan nilai yang baik kepada setiap konsumen, sehingga dapat memenangkan persaingan.

Kualitas produk adalah senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing [1] [2]. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk mereka sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas [3] HerdaCake Bakery & Cafe Jember mampu memberikan kualitas produk yang baik yang sesuai harapan konsumen.

Kualitas produk dipilih sebagai variabel dikarenakan dapat memenuhi atau keinginan konsumen. Keunggulan-keunggulan produk yang dapat diberikan kepada konsumen dapat membuat tertarik, mencoba dan kemudian melakukan pengambilan keputusan dalam membeli.

Selain kualitas produk yang diperhatikan, kualitas layanan yang memuaskan. Kualitas layanan dapat dilihat dari cepatnya proses transaksi pembelian yang tidak membuat konsumen terlalu lama menunggu. Prinsip manajemen pemasaran mengatakan bahwa pencapaian organisasi tergantung pada kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Kualitas layanan tidak terlibat langsung dalam proses pembuatan produk namun fokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Faktor lain dalam melakukan keputusan pembelian ialah citra merek. Citra merek adalah persepsi yang relatif konsisten terhadap keyakinan konsumen atau yang difikir dan rasakan dari suatu merek produk tertentu dalam jangka panjang yang tercipta dari informasi yang

didapatkan konsumen dengan pengalaman langsung atau secara tidak langsung melalui mendengar, melihat, atau studi konsumen sebelumnya dari berbagai sumber [4] [5]. Citra merek memegang peranan penting karena menyangkut reputasi merek yang menjadi pedoman konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang dapat menimbulkan pengalaman tertentu.

Roti dan kue saat ini mulai disukai masyarakat sehingga dapat dijadikan usaha bakery yang menjanjikan dan memiliki prospek yang cerah di masa depan. Selain dikonsumsi untuk sarapan, roti juga dijadikan sebagai cemilan pada waktu santai dan pada saat mengadakan acara. Hal ini yang menyebabkan konsumsi roti di Indonesia terus meningkat dan memberikan peluang yang baik terhadap industri bakery. Industri bakery bukan termasuk usaha yang baru karena di Indonesia sudah banyak dijumpai mulai dari yang kecil, menengah dan industri besar. Cafe merupakan tempat nongkrong yang saat ini menjadi tempat favorit masyarakat khususnya anak remaja. Selain karena tersedia berbagai menu makanan dan minuman, cafe memiliki tempat yang cocok untuk spot foto karena memiliki tempat yang berkonsep menarik dan kekinian.

HerdaCake Bakery & Cafe Jember ini mulai berdiri sejak 2016, dimana awalnya owner hanya memproduksi kue dan roti. Seiring berjalannya waktu, bisnis ini mulai berkembang dan lebih dikenal masyarakat sehingga owner mendirikan outlet HerdaCake Bakery & Cafe Jember. Selain menawarkan segala menu makanan dan minuman, HerdaCake Bakery & Cafe Jember juga memiliki produk roti dan kue. HerdaCake Bakery & Cafe Jember memiliki lokasi yang strategi yaitu di pinggir jalan raya dan sudah terdapat dua outlet dilokasi yang berbeda. Lokasi outlet yang pertama berada di Jl. Ahmad Yani Puger Kulon (pusat) dan outlet yang kedua berada di Jl. Diponegoro Kencong (cabang). jam operasional outlet dibuka mulai jam 08.00 hingga jam 22.00 WIB.

HerdaCake Bakery & Cafe Jember melakukan pemasaran menggunakan media sosial seperti instagram, WA, facebook. Kue best seller dari HerdaCake Bakery & Cafe Jember yaitu kue mendem meller. HerdaCake Bakery & Cafe Jember juga menyediakan layanan delivery



order untuk konsumen yang tidak ingin keluar rumah karena masa pandemic saat ini. Selain itu, konsumen juga bisa memesan aneka kue yang cocok untuk acara hajatan dengan cara datang langsung ke outlet atau bisa menghubungi melalui via WhatsApp.

Penelitian ini dilakukan di Outlet kedua HerdaCake Bakery & Cafe Jember yaitu di Jl. Diponegoro no. 61 Desa Gumuk Banji Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Outlet kedua (cabang) HerdaCake Bakery & Cafe Jember merupakan outlet yang baru saja dibuka tetapi mampu menarik konsumen dengan desain tempat yang kekinian dan instagramable dimana dapat dijadikan spot foto dan direkomendasikan banyak orang. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Herdacake Bakery & Cafe Jember”.

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik insidental sampling yang berarti teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penelitian ini mengambil sebanyak 40 responden konsumen produk Herdacake Bakery & Café Jember.

### 2.1. Variabel Penelitian

Klasifikasi variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi variabel bebas (independen) yang terdiri dari Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Citra Merek (X3). Sedangkan untuk variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

### 2.2. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati [6]. Instrument yang

digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Dalam penelitian ini, format jawaban untuk pertanyaan atau pernyataan menggunakan skala likert.

### 2.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di outlet kedua Herdacake Bakery & Café Jember yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 61 Desa Gumukbanji Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan.

### 2.4. Tahapan Pengumpulan Data

Tahap sebelum pengumpulan data dilapang, mengadakan pengamatan dan penelitian terlebih dahulu di Herdacake Bakery & Café Jember. Tahap pengumpulan data primer, pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang diperoleh secara langsung dari responden dalam penelitian ini.

Tahap pengumpulan data sekunder, diperoleh dari informasi yang dimiliki perusahaan.

### 2.5. Uji Validitas Dan Reliabilitas

#### 2.5.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur mengukur apa yang diukur [6]. Rumus uji validitas yaitu :

$$r = \frac{(n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y))}{\sqrt{([n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2])([n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2])}}$$

keterangan :

- r = Koefisien korelasi
- x = Variabel independen (skor butir)
- y = Variabel dependen (skor jumlah)
- xy = Skor Pernyataan
- n = Jumlah responden

#### 2.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan[6]. Rumus uji reliabilitas yaitu :

$$r_{11} = \frac{(k/(k-1))(1 - (\Sigma b^2)/(2^1 10))}{k}$$

keterangan :

- r<sub>11</sub> = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- Σb<sup>2</sup> = jumlah varian butir
- 12<sub>0</sub> = jumlah varian total



Apabila variabel mempunyai cornbach's alpha ( $\alpha$ ) > 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliable dan sebaliknya jika cornbach's alpha ( $\alpha$ ) < 0,60 maka variabel tidak reliable.

## 2.6. Teknik Analisis Data

### 2.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen [6]. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- a = Koefisien konstanta
- b<sub>1</sub>b<sub>2</sub>b<sub>3</sub> = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> = Produk, harga, lokasi, promosi
- e = Standart error (tingkat kesalahan)

### 2.6.2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat [6]. Rumus koefisien determinasi :

$$Adjusted R^2 = 1 - (1 - R^2)[(n-1)/(n-k)]$$

Keterangan :

- R<sup>2</sup> = koefisien determinasi
- n = banyaknya responden
- k = banyaknya variabel

### 2.6.3. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama- sama pada variabel terikat [6]. Rumus Uji F :

$$F = (R^2/k)/(((1 - R^2))/((n-k-1)))$$

Keterangan :

- F = Pendekatan distribusi probability fischer
- R<sup>2</sup> = Koefisien korelasi berganda
- k = Jumlah variabel bebas
- n = Banyaknya sampel

Dengan tingkat signifan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Kriteria pengujian :

Jika nilai probabilitas F < tingkat signifikan 0,05, artinya variabel independen secara serempak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Jika nilai probabilitas F > tingkat signifikan 0,05, artinya variabel independen secara serempak tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

### 2.6.4. Uji t

Uji t dilakukan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara individual (parsial) [6]. Rumus Uji t sebagai berikut:

$$t = r \left[ \frac{(r \sqrt{(n-2)})}{\sqrt{(1-r^2)}} \right]^{(1/2)}$$

Keterangan :

- r = Korelasi produk momen
- n = Jumlah responden

Jika nilai probabilitas t > tingkat signifikan 0,05 maka tidak berpengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas t < tingkat signifikan 0,05 maka berpengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Frekuensi Usia dan Jenis Kelamin Responden

Usia	Jenis Kelamin		Jumlah	persentase
	Laki- laki	perempuan		
18 – 24	7	21	28	70%
25 – 31	3	3	4	15%
32 – 38	2	2	6	10%
39 – 45	1	1	2	5%
Jumlah	13	27	40	
Persentase (%)	40%	60%		100%

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden yang terdiri dari laki- laki dan perempuan, jenis kelamin perempuan yang paling mendominasi dengan usia 18 – 24 tahun yang berjumlah sekitar 21 responden. Dapat dilihat juga bahwa sebanyak 28 responden di Herdacke Bakery & Cafe Jember banyak direntang usia 18- 24 tahun dengan jumlah responden yang berjenis kelamin laki- laki sebanyak 7 orang dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang yang memiliki presentase berjumlah 70% . Usia



25- 31 sejumlah 6 responden dengan presentasi 15%. Usia 32- 38 berjumlah 4 responden dengan presentase 10% dan untuk usia rentang 39- 45 berjumlah 2 dengan presentase 5%.

### 3.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.2.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan kemampuan instrument penelitian, mengukur apa yang akan diukur dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Kriteria nilai validitas dikatakan tinggi apabila mendekati 1. Jika nilai rhitung > r tabel maka data dapat dikatakan valid. Namun apabila r hitung < r tabel maka butir dalam instrument tersebut tidak valid. Berikut data hasil dari uji validitas :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,750	0,304	Valid
	X1.2	0,668		Valid
	X1.3	0,742		Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,826		Valid
	X2.2	0,826		Valid
	X2.3	0,871		Valid
Citra Merek (X3)	X3.1	0,691		Valid
	X3.2	0,818		Valid
	X3.3	0,732		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,846	Valid	
	Y1.2	0,828	Valid	
	Y1.3	0,869	Valid	

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas yang dihitung dengan menggunakan SPSS 25.0 for windows dapat diketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dan keputusan pembelian memiliki rhitung > rtabel sebesar 0,304 maka dapat dinyatakan bahwa item- item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan valid.

#### 3.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 3, uji yang didapatkan cronbach's alpha 0,838 > 60% (0,60), maka seluruh pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	12

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

### 3.3. Hasil Analisis

#### 3.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan maka persamaan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.421	1.872		.759	.453
	Kualitas Produk	.524	.151	.481	3.478	.001
	Kualitas Pelayanan	.157	.137	.168	1.143	.261
	Citra Merek	.188	.116	.218	1.623	.113

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 25.0 for windows yang ditunjukkan pada tabel 4, maka persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = 1,421 + 0,524 + 0,157 + 0,188 + e$$

#### 3.4. Analisis Koefisien Determinasi (Adjust R Square)

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.433	1.21198

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai Adjust R<sup>2</sup> sebesar 0,433 atau 43,3% yang berarti bahwa perubahan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) disebabkan oleh factor variabel terikat yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan citra merek (X3) hanya sebesar 43,3% dan sisanya 56,7%



dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0,690<sup>a</sup> yang artinya variabel bebas terhadap variabel terikat memiliki hubungan yang “Kuat”. Koefisien korelasi sebesar 0,690<sup>a</sup> tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dikategorikan kuat karena besaran koefisien tersebut ada diantara 0,60 – 0,799.

### 3.5. Uji Koefisien Secara Serempak (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	48.095	3	16.032	10.914	.000 <sup>b</sup>
Residual	52.880	36	1.469		
Total	100.975	39			

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Berdasarkan dari hasil uji F diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 10,914 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,005$ . Nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,86 artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan secara keseluruhan variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Herdacake Bakery & Cafe Jember.

### 3.6. Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.421	1.872		.759	.453
Kualitas Produk	.524	.151	.481	3.478	.001
Kualitas Pelayanan	.157	.137	.168	1.143	.261
Citra Merek	.188	.116	.218	1.623	.113

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2022

Perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  ( $n = 40, \alpha = 0,05$ )

$t_{hitung} X1 = 3,478 > 2,028$  signifikan

$t_{hitung} X2 = 1,143 < 2,028$  tidak signifikan

$t_{hitung} X3 = 1,623 < 2,028$  tidak signifikan

Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $t_{hitung}$  lebih kecil dari signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y), dan sebaliknya.

### 3.7. Pembahasan

#### 3.7.1. Variabel Bebas yang Berpengaruh Secara Serempak Terhadap Keputusan Pembelian di Herdacake Bakery & Cafe Jember

Hasil analisis data yang dilakukan, dapat dilihat adanya kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember, dengan nilai probabilitas F sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa probabilitas F lebih kecil dari nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ). Maka, dalam variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Citra Merek (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara serempak atau signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

#### 3.7.2. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember

Kualitas produk (X1) memiliki  $t_{hitung}$  3,478 yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,028 dan juga memiliki nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0,001 yang nilainya lebih kecil dari nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.

#### 3.7.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember

Kualitas pelayanan (X2) memiliki  $t_{hitung}$  1,143 yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  2,028 dan juga memiliki nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0,261 yang nilainya lebih besar dari nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.



### 3.7.4. Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Café Jember

Citra merek (X3) memiliki  $t_{hitung}$  1,623 yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  2,028 dan juga memiliki nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0,113 yang nilainya lebih besar dari nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.

### 3.7.5. Variabel Bebas Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember

Hasil analisis data dapat dilihat pada tabel hasil uji t, dimana variabel kualitas produk (X1) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.478 dan nilai signifikan  $t_{hitung}$  sebesar 0.001. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.143 dan nilai signifikan  $t_{hitung}$  sebesar 0.261. Variabel Citra Merek (X3) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.623 dan nilai signifikan  $t_{hitung}$  sebesar 0.113. hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil pengujian secara serempak atau uji F dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas pelayanan (X2), Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Café Jember
- b. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.
- c. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap

Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.

- d. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t dapat disimpulkan bahwa Variabel Citra Merek (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.
- e. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Produk (X1) merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Herdacake Bakery & Cafe Jember.

## 5. Daftar Pustaka

- [1] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- [2] D. A. A. Yuarini, I. K. Satriawan, and I. Suardi, "Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali," *J. Manaj. Agribisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 93–109, 2015.
- [3] R. M. Sari and Prihartono, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *J. Ilm. MEA*, vol. 5, no. 3, 2021, doi: 10.31955/mea.vol5.iss3.pp1171-1184.
- [4] H. Kuswanto, "Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 2, no. 2, 2021, doi: 10.38035/jmpis.v2i2.
- [5] A. W. M. Hayat, "Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di Buah Batu Bandung," *J. UNIKOM*, vol. 1, no. 1, 2012,
- [6] M. Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, 2014.

