

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan adalah pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya yang berlokasi di Jl. Sukosemolo No. 181, Sukolilo, kota Surabaya, Jawa Timur 60119.

#### 3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data

##### 3.2.1 Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat dua jenis pendekatan yang bisa digunakan: (Sugiono, 2014:28).

##### 1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, gambar dan foto.

##### 2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Dalam skripsi ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

##### 3.2.2 Sumber Data

##### 1. Data primer

Menurut Umar (2013:42) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan menurut Indrianto dan Supono (2013:142) data primer adalah sumber data penelitian yang



diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data yang secara langsung diberikan oleh sumber data tanpa perantara. Data primer penelitian ini berupa hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

## 2. Data Sekunder

Menurut Umar (2013:42) data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Sedangkan menurut Indrianto dan Supomo (2013:143) data sekunder sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan. Data ini diperoleh dari hasil penelitian dari lembaga tertentu yang dipublikasikan untuk umum yang diperoleh melalui jurnal-jurnal penelitian, majalah, internet dan literatur yang bersangkutan dengan objek yang diteliti.

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014:95). Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Berikut ini penjelasan macam-macam variabel yang peneliti gunakan: (Sugiyono, 2014:96).



1. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

X1: Produk

X2: Harga

X3: Lokasi

X4: Promosi

2. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen di Wisata Kuliner Semolowaru (Y).

### **3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya**

#### **3.4.1 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional adalah penjelasan definisi dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti. Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti adalah keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat (Y), Produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan Promosi (X4) sebagai variabel bebas (X). Berikut ini adalah definisi operasional variabel masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Produk (X1)**

Produk merupakan segala makanan dan minuman yang dapat ditawarkan Wisata Kuliner Semolowaru untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli,



digunakan atau dikonsumsi konsumen di Wisata Kuliner Semolowaru.

Indikator Produk menurut Tjiptono (2014:104) yaitu:

- a. Keanekaragaman (variasi) jenis makanan dan minuman.
- b. Rasa yang enak.
- c. Tampilan makanan dan minuman.
- d. Kualitas produk makanan dan minuman.

## 2. Harga (X2)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan pada saat akan membeli makanan dan minuman di Wisata Kuliner Semolowaru.

Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) yaitu:

- a. Harga sesuai dengan porsi.
- b. Harga terjangkau.
- c. Ada pilihan harga sesuai dengan variasi menu yang dibutuhkan.

## 3. Lokasi (X3)

Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan atau melaksanakan suatu usaha Kuliner (Wisata Kuliner Semolowaru). Indikator lokasi menurut Tjiptono (2014:159) yaitu:

- a. Lokasi yang strategis (mudah dijangkau)
- b. Tempat parkir
- c. Lingkungan aman

## 4. Promosi (X4)

Promosi adalah seluruh upaya yang dimulai pihak pengelola Wisata Kuliner Semolowaru untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi dengan tujuan untuk menjual barang atau jasa atau memperkenalkan suatu



produk kepada pelanggan Wisata Kuliner Semolowaru. Indikator promosi menurut Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:121 (dalam Susanto 2013:11) yaitu:

- a. Iklan
- b. Diskon/potongan harga
- c. Promosi dari mulut ke mulut.

#### 5. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian untuk membeli makanan dan minuman di Wisata Kuliner Semolowaru. Indikator Keputusan pembelian konsumen menurut Manap (2016:249-250) yaitu:

- a. Adanya kebutuhan untuk makan dan minum
- b. Mencari informasi mengenai Wisata Kuliner Semolowaru
- c. Rasa dari makanan dan minuman yang ditawarkan.
- d. Rekomendasi dari orang lain.

### 3.5 Tehnik Pengukuran Data

Alat pengukuran data yang digunakan untuk mengukur data-data yang dianalisis dari hasil penelitian langsung melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2014:168), Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai obyek stimulus. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Dengan Skala Likert, maka variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban dari setiap item instrumen menggunakan Skala Likert mempunyai penilaian dari sangat positif sampai negatif. Setiap pertanyaan diukur



dengan 5 skala dan tiap posisi mempunyai bobot sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
3. Cukup Setuju (CS) diberi nilai 3
4. Setuju (S) diberi nilai 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5

### **3.6 Populasi dan Sampel**

#### **3.6.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2014:148), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk makanan dan minuman pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya.

#### **3.6.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2014:149), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden berdasarkan kriteria pengambilan sampel menurut Ferdinand (2013:52). Besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Analisis regresi dengan 4 variabel independen membutuhkan



kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden yang menjadi pelanggan di Wisata Kuliner Semolowaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang ditentukan sendiri oleh peneliti. Dalam penelitian ini kriteria yang ditetapkan adalah :

1. Responden berusia 17 tahun keatas .
2. Sudah pernah melakukan pembelian di Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya minimal 1x.

### **3.7 Metode dan Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Metode Penelitian**

##### a. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2014:230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

##### b. Studi Kepustakaan

Menurut Purwoastuti dan Walyani (2014:24), Metode Pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepustakaan melalui buku-buku, majalah dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

#### **3.7.2 Teknik Analisis Data**

Metode penelitian ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS for windows versi 22.0*.



### 3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:186), Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Item yang valid ditunjukkan dengan adanya korelasi antara item layak digunakan atau tidak, caranya dengan melakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan yang artinya suatu item layak digunakan atau tidak, jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Hasil pengolahan menggunakan korelasi *Person product moments* ( $r$ ). Uji ini untuk mengukur pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai, jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan.

- a. jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka dikatakan valid
- b. jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, maka dikatakan tidak valid

### 3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Zikmund dan Babin (2013:21) Reliabilitas adalah sebuah indikator untuk mengukur konsistensi internal. Sedangkan menurut Ghozali (2014:47), Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji *statistic Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dan suatu variabel dikatakan *reliable* apabila:

1. Jika hasil koefisien Alpha  $\geq$  tarif signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisisioner tersebut *reliable*.
2. Jika hasil koefisien Alpha  $\leq$  tarif signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisisioner tidak tersebut *reliable*.



### 3.7.2.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan taraf signifikan 0.05 atau 5%. Jika signifikan yang dihasilkan lebih dari 0,05 maka distribusi datanya dikatakan normal. Sebaliknya jika signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka data tidak terdistribusi secara normal (Sapriadi 2013:49).

#### 3.7.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Dalam permasalahan regresi linier berganda selain dilakukan uji di atas, juga perlu diadakan pengujian yang berkaitan dengan multikolinearitas. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Menurut Imam Ghozali(2001:105) Uji multikolinieritas bertujuan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1. Besarnya *Variabel Inflation Factor* (VIF), pedoman suatu model Regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai  $VIF \leq 10$ .
2. Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang Bebas Multikoneritas yaitu nilai *Tolerance*  $\geq 0,1$ .

#### 3.7.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear berganda terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke



pengamatan yang lain (Ghozali, 2011:139). Dasar dari pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011:140). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen diatas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan Promosi (X4), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Menurut Sugiyono (20014:84) rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan pembelian



$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi antara produk dengan keputusan pembelian

$b_2$  = Koefisien regresi antara harga dengan keputusan pembelian

$b_3$  = Koefisien regresi antara lokasi dengan keputusan pembelian

$b_4$  = Koefisien regresi antara promosi dengan keputusan pembelian

$X_1$  = Variabel produk

$X_2$  = Variabel harga

$X_3$  = Variabel lokasi

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

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih  $X$  (bebas) terhadap variabel  $Y$  (terikat). Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) adalah kecil terhadap variabel terikat (Siregar, 2014:338). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti



variabelvariabelindependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untukmemprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001: 85).

**Tabel 3.1**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Intervan Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:23)

### 3.7.5 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.5.1 Uji t

Tujuan dari uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada Wisata Kuliner Semolowaru. Menurut Riduwan (2014:224), Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan membuat keputusan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, maka dilakukan dengan cara sebagai sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima Dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

:



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Singkat Wisata Kuliner Semolowaru

Di salah satu sudut kota Surabaya, terdapat Wisata Kuliner yang berukuran lumayan besar dan luas (sekitar 600 m x 70 m) dimana pada jam-jam tertentu sangat ramai dikunjungi pelanggannya. Hal ini menarik perhatian mengingat letaknya yang berada di lokasi strategis. Lokasinya berada di wilayah padat pemukiman penduduk dekat dengan jalan raya MERR di daerah Semolowaru tepatnya di depan Jalan raya Sukosemolo No.181, Sukolilo Kota Surabaya. Tempat ini diberi nama Wisata Kuliner Semolowaru. Pada Bulan November 2014, tempat Wisata Kuliner Semolowaru dibangun oleh Pemkot Jawa Timur yang ditujukan kepada pedagang-pedagang kaki lima untuk mengayomi dan membina para pedagang kaki lima di Surabaya agar tidak berjualan di trotoar ataupun di pinggir jalan.

Wisata Kuliner Semolowaru memiliki manfaat yang sangat besar bagi para pedagang, mereka dapat melakukan aktifitas jual beli dengan nyaman, tenang dan bebas dari razia Satpol PP. Wisata Kuliner Semolowaru memiliki area yang cukup luas, terdapat tempat lesehan yang lumayan besar dan ramai pengunjung pada malam hari, juga terdapat fasilitas lapangan futsal, serta pertunjukan *live* karaoke. Wisata Kuliner Semolowaru juga menawarkan menu dan rasa spesial pada masakan dan minuman yang menjadi produk yang dijual pada Wisata Kuliner ini. Misalnya menu “khas Jawa Timur” yang dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan memutuskan untuk menikmati makanan dan



minuman di Wisata Kuliner ini. Pelanggan yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaan Wisata Kuliner Semolowaru dimana para pelanggan ini menikmati makanan dan minuman sambil menonton pertunjukan musik yang disajikan oleh orkes dangdut sambil duduk lesehan. Selain menikmati pertunjukan musik, pengunjung juga dapat bermain futsal. Di Wisata Kuliner Semolowaru tersedia 30 stan yang digunakan oleh para Pedagang Kaki Lima (PKL). Total ada 60 buah rombongan, 46 unit meja dan kursi, serta delapan tempat sampah, juga 4 unit kamar mandi dan toilet.

## 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

### 4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan data primer, penulis melakukan penyebaran kepada 100 orang responden yang melakukan pembelian di Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya. Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti, semua kuesioner yang disebarakan telah dikembalikan sepenuhnya oleh responden. Responden dapat dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Wisata Kuliner Semolowaru**

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	59	59,0
Perempuan	41	41,0
Total	100	100,0

Sumber: Lampiran



Berdasarkan data pada tabel 4.1, diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 59 responden lebih banyak daripada responden perempuan, hal ini disebabkan karena laki-laki lebih cenderung suka duduk “nongkrong” sambil menikmati makanan dan minuman di Wisata Kuliner Semolowaru bersama dengan teman-temannya daripada perempuan sehingga kecenderungan laki-laki untuk membeli makan diluar lebih besar daripada perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2 maka diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berpendidikan SMA/ sederajat (60%), diikuti S1 sebanyak 16 %, Diploma sebanyak 11%, SMP sebanyak 10%, SD sebanyak 1%.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**  
**Wisata Kuliner Semolowaru**

Pendidikan Terakhir	Frequency	Percent
SMA/Sederajat	60	60,0
S1	16	16,0
S2	2	2,00
SMP	10	10,0
SD	1	1,00
Diploma	11	11,0
Total	100	100,0

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung di Wisata Kuliner Semolowaru memiliki pendidikan SMA/ sederajat yang berjumlah 60 responden. Hal tersebut dikarenakan Wisata Kuliner Semolowaru memiliki fasilitas lapangan Futsal dimana yang sering bermain disana kebanyakan adalah para siswa SMA. Selain itu juga terdapat layanan Wifi gratis sehingga banyak para siswa



SMA yang lebih suka menghabiskan waktu dan mengerjakan tugas disana dengan adanya layanan wifi sambil menikmati makanan dan minuman yang dijual.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3 maka diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini mayoritas berusia antara 17-25 tahun sebanyak 60%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung di Wisata Kuliner Semolowaru berusia antara 17-25 tahun dengan jumlah 60 responden.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di**  
**Wisata Kuliner Semolowaru**

Usia	Frequency	Percent
17-25 tahun	60	60,0
26-30 tahun	28	16,0
31-56 tahun	2	2,00
56-70 tahun	10	10,0
Total	100	1,00

Sumber: Lampiran

Pengunjung berusia 17-25 tahun adalah yang paling dominan berkunjung ke Wisata Kuliner Semolowaru karena adanya fasilitas lapangan futsal dan layanan Wifi yang cepat sehingga menarik animo mereka untuk datang berkunjung. Kebanyakan dari pengunjung berusia 17-25 tahun datang bersama dengan teman-teman mereka dan sering membeli makanan dan minuman di Wisata Kuliner Semolowaru sehabis bermain Futsal.



#### 4.2.4 Durasi Penyebaran Kuesioner

Lama penyebaran kuesioner ini dimulai dari tanggal 1 Juni 2019 sampai 14 Juni 2019. Diperlukan waktu 2 minggu untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 responden atau konsumen di Wisata Kuliner Semolowaru.

#### 4.3 Pembahasan dan Analisis Data

Dalam penelitian kali ini akan dilakukan beberapa uji yang akan diterapkan pada variabel penelitian yang sedang diteliti. Dalam melakukan pengujian terhadap variabel uji yang akan ditempuh oleh peneliti pertama kali adalah sebagai berikut:

##### 4.3.1 Uji Validitas

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel**  
**Wisata Kuliner Semolowaru**

No	Pernyataan indikator	Pearson correlation r hitung	r Table	Keterangan
<b>1.</b>	<b>Produk (X1)</b>			
	X1.1	,670	,1966	valid
	X1.2	,617	,1966	valid
	X1.3	,763	,1966	valid
	X1.4	,780	,1966	valid
<b>2.</b>	<b>Harga (X2)</b>			
	X2.1	,739	,1966	valid
	X2.2	,724	,1966	valid
	X2.3	,787	,1966	valid
<b>3.</b>	<b>Lokasi (X3)</b>			
	X3.1	,739	,1966	valid
	X3.2	,724	,1966	valid
	X3.3	,787	,1966	valid
<b>4.</b>	<b>Promosi (X4)</b>			
	X4.1	,746	,1966	valid
	X4.2	,786	,1966	valid
	X4.3	,661	,1966	valid
<b>5.</b>	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>			
	Y1.1	,526	,1966	valid



	Y1.2	,658	,1966	valid
	Y1.3	,593	,1966	valid
	Y1.4	,647	,1966	valid

Sumber :Lampiran

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada setiap variabel memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan dari setiap variabel diatas adalah valid. Maka penelitian dapat dilanjutkan dengan menguji reliabilitas pada variabel penelitian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Koefisien *cronbach alpha* yang lebih dari 0,6 menunjukkan keandalan (reliabilitas) *instrument* Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel Wisata Kuliner Semolowaru**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0.805	<i>Reliabel</i>
X2	0.789	<i>Reliabel</i>
X3	0.797	<i>Reliabel</i>
X4	0.780	<i>Reliabel</i>
Y	0.672	<i>Reliable</i>

Sumber : Lampiran

Berdasarkan data pada tabel di atas semua pernyataan menghasilkan *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6, jadi dapat dikatakan semua variable dinyatakan reliabel .



### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,46486567
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,061
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Lampiran

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, dibuktikan dengan nilai signifikan  $> 0,05$  yaitu 0,200.



### 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolinearitas Wisata Kuliner Semolowaru**

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	Tolerance	VIF
(constant)		
Produk (X1)	,915	1,093
Harga (X2)	,784	1,275
Lokasi (X3)	,709	1,411
Promosi (X4)	,744	1,343

Sumber : Lampiran

Hasil uji multikolinieritas diatas diketahui besarnya VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dengan hasil tolerance sebagai berikut:

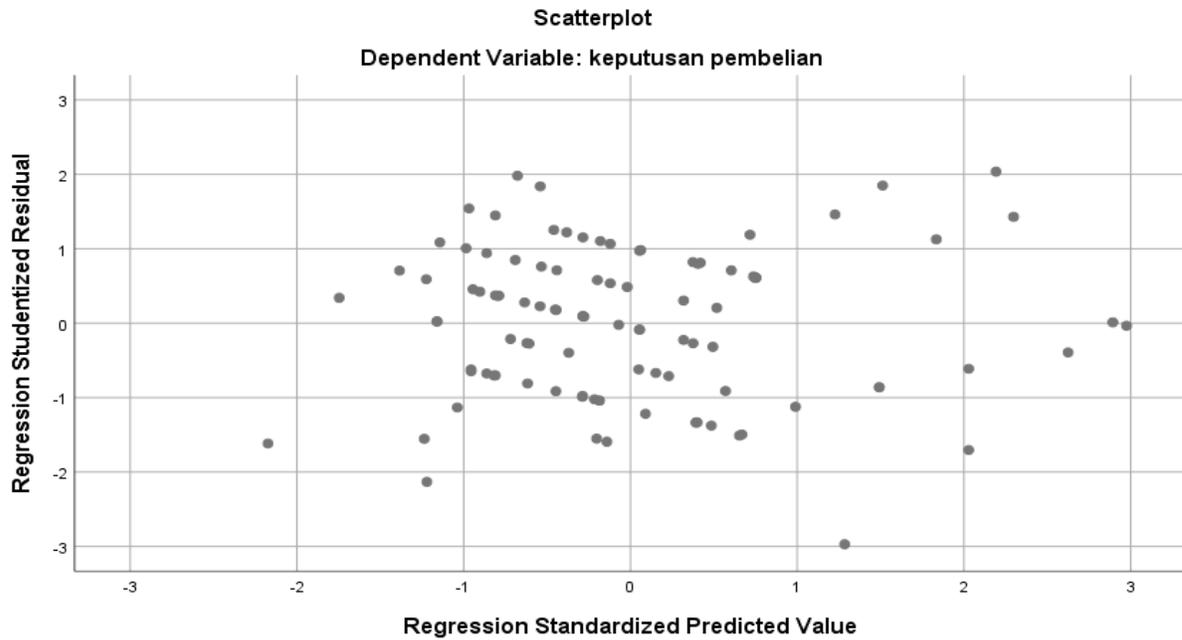
- a. X1 (Produk) = 0,915 > 0,10
- b. X2 (Harga) = 0,784 > 0,10
- c. X3 (Lokasi) = 0,709 > 0,10
- d. X4 (Promosi) = 0,744 > 0,10

Dilihat besarnya nilai VIF diketahui bahwa :

- a. X1 (Produk) = 1,093 < 10
- b. X2 (Harga) = 1,275 < 10
- c. X3 (Lokasi) = 1,411 < 10
- d. X4 (Promosi) = 1,343 < 10



### 4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.2**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk suatu pola. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas.

#### 4.4 Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.7**  
**Uji Regresi Linear Berganda Wisata Kuliner Semolowaru**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1,252	,468	
Produk (X1)	,174	,091	,180
Harga (X2)	,125	,098	,131
Lokasi (X3)	,123	,093	,143
Promosi (X4)	,193	,089	,227

Sumber : Lampiran

Pada tabel 4.7 diatas menunjukkan persamaan regresi yang dapat menjelaskan ada atau tidak hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat serta dapat menginformasikan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan penelitian ini, maka persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y_1 = 1,252 + 0,174 X_1 + 0,125X_2 + 0,123 X_3 + 0,193X_4$$

Berdasarkan model regresi linier berganda ini dapat dijelaskan bahwa:



a. Nilai  $\alpha$  sebesar = 1,252

Konstanta sebesar 1,252 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yaitu Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (x3), dan Promosi (X4) bernilai nol atau konstan maka keputusan pembelian konsumen (Y) adalah sebesar 1,252 satuan.

b. Nilai  $b_1$  sebesar = 0,174

Nilai Koefisien Regresi Variabel Produk (X1) sebesar 0,174, artinya jika Produk (X1) naik satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) naik sebesar 0,174 satuan.

c. Nilai  $b_2$  sebesar = 0,125

Nilai Koefisien Regresi Variabel Harga (X2) sebesar 0,125, artinya jika Harga (X2) naik satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) naik sebesar 0,125 satuan.

d. Nilai  $b_3$  sebesar = 0,123

Nilai Koefisien Regresi Variabel Lokasi (X3) sebesar 0,123, artinya jika Lokasi (X3) naik satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) naik sebesar 0,123 satuan.

e. Nilai  $b_4$  sebesar = 0,193

Nilai Koefisien Regresi Variabel Promosi (X4) sebesar 0,193, artinya jika Promosi (X4) naik satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) naik sebesar 0,193 satuan.



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

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Wisata Kuliner Semolowaru**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,471 <sup>a</sup>	,222	,189	,47455	2,206

Sumber : Lampiran

Berdasarkan tabel 4.8 diatas nilai *Adjusted R Square* 0,189 (18,9%). Hal ini berarti hubungan antara Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), dan Promosi (X4), terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar (18,9%), sedangkan sisanya (100-18,9%= 81,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi memiliki kontribusi yang rendah terhadap Keputusan Pembelian Konsumen karena berada pada angka antara 0,10-0,199.

#### 4.5 Uji t

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji t Wisata Kuliner Semolowaru**

Model	t	Sig.
<b>Constant</b>	<b>2,677</b>	<b>,009</b>
Produk (X1)	1,905	,060
Harga (X2)	1,282	,203
Lokasi (X3)	1,329	,187
Promosi (X4)	2,166	,033

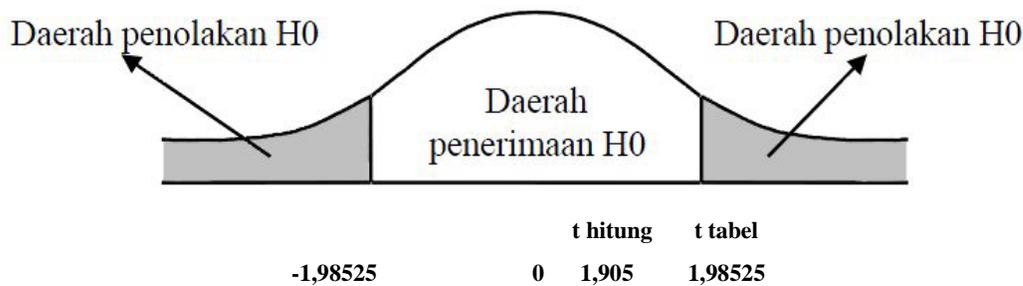
Sumber: Lampiran



Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas dapat diketahui bahwa : Pada Prosedur pengujian uji t menggunakan uji 2 sisi ( $\alpha/2= 0,005/2$ ), dengan  $df = n - k - 1 = 95$ ,  $t_{tabel} = t_{0,025} (95) = 1,98525$ . Dari tabel 4.11 diatas hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Produk (X1)

Nilai *thitung* variabel Produk (X1) adalah  $1,905 <$  nilai *ttabel*  $1,98525$  dan nilai signifikansi  $0,060 > \alpha = 5\%$  atau  $0,05$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Produk tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Karena produk makanan dan minuman yang dijual di Wisata Kuliner Semolowaru tidak mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen di Wisata Kuliner Semolowaru.



**Gambar 4.3**

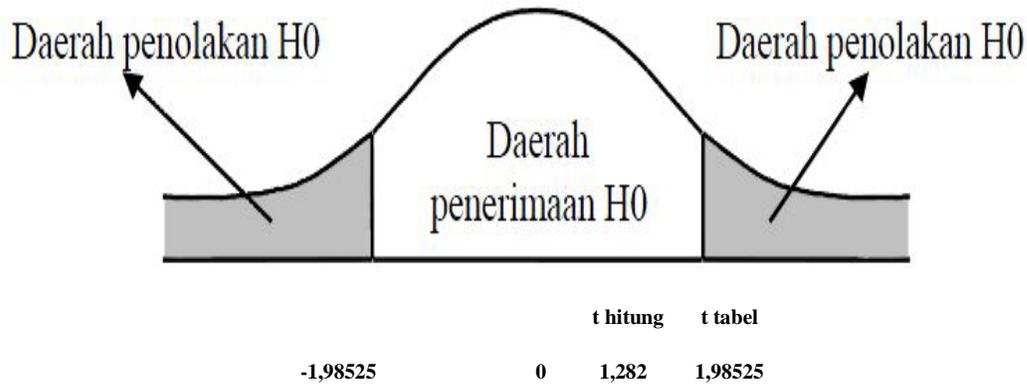
**Kurva uji t Variabel X1 Terhadap Y**

b. Harga (X2)

Nilai *thitung* variabel harga (X2) adalah  $1,282 <$  nilai *ttabel*  $1,98525$  dan nilai signifikansi  $0,203 > \alpha = 5\%$  atau  $0,05$ . dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan



pembelian (Y). Karena harga makanan dan minuman di Wisata Kuliner Semolowaru sudah banyak diketahui oleh konsumennya.

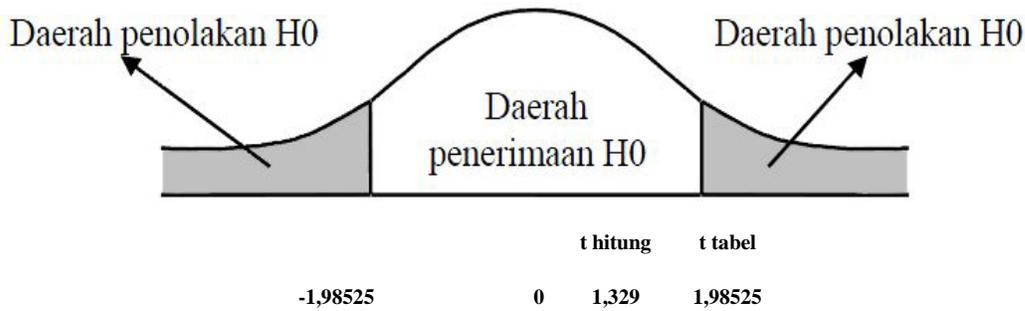


**Gambar 4.4**  
Kurva uji t Variabel X2 Terhadap Y

c. Lokasi (X3)

Nilai  $t_{hitung}$  variabel Lokasi (X<sub>3</sub>) adalah 1,329 < nilai  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai signifikansi 0,187 >  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. dengan demikian H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hasil ini dikarenakan bahwa konsumen Wisata Kuliner Semolowaru tidak menjadikan lokasi sebagai pertimbangan utama, dan masyarakat pada umumnya suka duduk “nongkrong” sambil menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Wisata Kuliner Semolowaru.



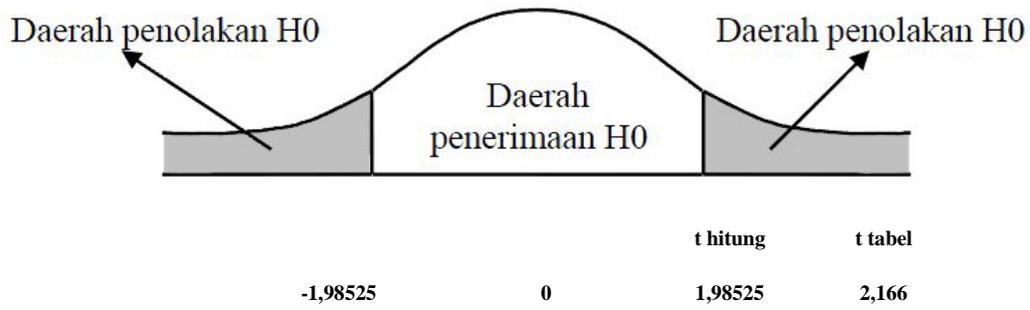


**Gambar 4.5**  
**Kurva uji t Variabel X3 Terhadap Y**

d. Promosi (X4)

Nilai *t*<sub>hitung</sub> variabel Promosi (X<sub>4</sub>) adalah 2,166 > nilai *t*<sub>tabel</sub> 1,98525 dan nilai signifikansi  $0,033 < \alpha = 5\%$  atau 0,05. dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa promosi (melalui aplikasi Grab Food, Go Food, OVO) mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Wisata Kuliner Semolowaru. Karena mayoritas konsumen Wisata Kuliner Semolowaru berusia 17-25 tahun yang merupakan generasi milenial dan memakai gadget sering melihat promo diskon makanan dan minuman lewat aplikasi OVO, Grab Food, Go Food.





**Gambar 4.6**  
**Kurva uji t Variabel X4 Terhadap Y**

