

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Profil Responden**

Sesuai dengan proses penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti, maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi didalam penelitian ini. pertama berdasarkan gender dapat dilihat pada Tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Gender	Frequency	Percent
Laki Laki	23	28,8
Perempuan	57	71,2

*Sumber : data olahan SPSS 2020*

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 80 responden mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang 71,2%, sedangkan yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 23 orang 28,8%.Kemudian pengelompokan kedua pada penelitian ini, berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Frequency	Percent
17 tahun - 22 tahun	12	15,0
23 tahun - 28 tahun	34	42,5
29 tahun - 34 tahun	23	28,7
35 tahun - 40 tahun	11	13,8

*Sumber : data olahan SPSS 2020*

Karakteristik responden yang kedua dibedakan atas umur mayoritas responden memiliki rentan umur 23 tahun - 28 tahun sebanyak 34 orang atau 42,5%, kemudian rentan umur 29 tahun - 34 tahun sebanyak 23 orang atau 28,7%, kemudian diikuti kelompok umur 17 tahun - 22 tahun sebanyak 12 orang atau 15%, kemudian diikuti kelompok umur 35 tahun - 40 tahun sebanyak 11

orang atau 13,8%. Kemudian pengelompokan ketiga pada penelitian ini, berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Karateristik</b>	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Jumlah (%)</b>
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	12	15,0
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	12	15,0
	Pegawai Swasta	23	28,7
	Wirausaha	22	27,5
	Lain-Lain	11	13,8

*Sumber : data olahan SPSS 2020*

Selanjutnya karateristik responden yang dibedakan atas pekerjaan atau aktifitas, mayoritas dari responden memiliki aktifitas sebagai pegawai swasta sebanyak 23 orang atau 28,7%, kemudian diikuti kelompok kedua yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 22 orang atau 27,5%, kemudian diikuti kelompok ketiga yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 12 orang atau 15%, sedangkan kelompok keempat yang memiliki pekerjaan lainnya (tidak tercantum dalam kuesioner ) sebanyak 11 orang atau 13,8% Kemudian pengelompokan keempat pada penelitian ini, berdasarkan Pengeluaran dapat dilihat pada Tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran**

<b>Karateristik</b>	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Jumlah (%)</b>
Pengeluaran/Bulan	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	12	15,0
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	12	15,0
	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	34	42,5
	lebih dari Rp. 3.000.000	22	27,5

*Sumber : data olahan SPSS 2020*

Selanjutnya karateristik responden yang teakhir dibedakan atas pengeluaran/bulan, mayoritas dari responden memiliki pengeluaran sebesar Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000 sebanyak 34 orang atau 42,5%, kemudian diikuti kelompok kedua yang memiliki pengeluaran sebesar lebih dari Rp. 3.000.000

sebanyak 22 orang atau 27,5%, kemudian diikuti kelompok ketiga yang memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000 dan Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000 sebanyak 12 orang atau 15%.

## **4.2 Pengujian Instrumen Penelitian**

### **4.2.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2013) pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui kebenaran dari apa yang sebenarnya diukur. Didalam penelitian ini yang dicari nilai kebenarannya adalah ketepatan pemilihan instrumen penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan model *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan tiga tahapan.

Pada tahapan pertama variabel yang diuji instrumen pengukurannya harus memiliki koefisien Keiser *Meyer Olkin (KMO)* yang berada diatas 0.50. Pada tahapan kedua nilai *probability* pengujian *specificity test* harus berada diatas 0,05. Tahapan ketiga adalah melakukan identifikasi item dengan mengamati koefisien factor loading yang berada didalam tabel *rotated matrix*. Setiap item pernyataan valid bila memiliki factor loading diatas 0.50 dan tidak mengalami kerancuan atau ambigu.

#### **4.2.1.1 Minat Beli**

Dalam penelitian ini Minat Beli berperan variabel dependen. Didalam mengukur variabel Minat Beli digunakan lima item pernyataan. Dari proses uji validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian terlihat pada Tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Variabel Minat Beli**

No	Pernyataan	KMO	Faktor Loading	Batasan Valid	Keterangan
1	MB1	0,841	0,776	0,5	Valid
2	MB2		0,823	0,5	Valid
3	MB3		0,847	0,5	Valid
4	MB4		0,863	0,5	Valid
5	MB5		0,777	0,5	Valid

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa kelima item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Minat Beli memiliki nilai *faktor loading* berkisar antara 0,776 - 0,863 dan nilai KMO sebesar 0,841. Dengan kata lain bahwa kelima item pernyataan memiliki nilai *faktor loading* lebih besar dari 0,5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kelima item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Minat Beli dinyatakan valid.

#### 4.2.1.2 Kualitas Produk

Dalam penelitian ini Kualitas Produk berperan sebagai variabel bebas. Untuk mengukur variabel tersebut digunakan sembilan item pernyataan, berdasarkan proses pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti terlihat didalam Tabel 4.6 dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

No	Pernyataan	KMO	Faktor loading	Batasan Valid	Keterangan
1	KP1	0,683	0,612	0,5	Valid
2	KP2		0,541	0,5	Valid
3	KP3		0,673	0,5	Valid
4	KP4		0,868	0,5	Valid
5	KP5		0,710	0,5	Valid
6	KP6		0,711	0,5	Valid
7	KP7		0,853	0,5	Valid
8	KP8		0,722	0,5	Valid
9	KP9		0,704	0,5	Valid

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa enam item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk memiliki nilai *faktor loading* berkisar antara 0,541 – 0,868 dengan nilai KMO sebesar 0,683. Dengan kata lain bahwa sembilan item pernyataan memiliki nilai *faktor loading* lebih besar dari 0,50. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sembilan item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk dinyatakan valid.

#### 4.2.1.3 Harga

Dalam penelitian ini Harga berperan sebagai variabel bebas. Untuk mengukur variabel tersebut digunakan tiga item pernyataan, berdasarkan proses pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti terlihat didalam Tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas Variabel Harga**

No	Pernyataan	KMO	Faktor loading	Batasan Valid	Keterangan
1	H1	0,567	0,815	0,30	Valid
2	H2		0,912	0,30	Valid
3	H3		0,713	0,30	Valid

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa tiga item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Harga memiliki nilai *faktor loading* berkisar antara 0,713 – 0,912 dengan nilai KMO sebesar 0,567. Dengan kata lain bahwa ketiga item pernyataan memiliki nilai *faktor loading* lebih besar dari 0,5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketiga item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Harga dinyatakan valid.

#### 4.2.1.4 Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan berperan sebagai variabel bebas. Untuk mengukur variabel tersebut digunakan dua puluh dua item pernyataan, berdasarkan proses pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti terlihat didalam Tabel 4.8 dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	KMO	Faktor loading	Batasan Valid	Keterangan
1	KP1	0,793	0,656	0,30	Valid
2	KP2		0,702	0,30	Valid
3	KP3		0,565	0,30	Valid
4	KP4		0,694	0,30	Valid
5	KP5		0,657	0,30	Valid
6	KP6		0,740	0,30	Valid
7	KP7		0,748	0,30	Valid
8	KP8		0,772	0,30	Valid

9	KP9		0,723	0,30	Valid
10	KP10		0,651	0,30	Valid
11	KP11		0,620	0,30	Valid
12	KP12		0,561	0,30	Valid
13	KP13		0,578	0,30	Valid
14	KP14		0,513	0,30	Valid
15	KP15		0,655	0,30	Valid
16	KP16		0,591	0,30	Valid
17	KP17		0,635	0,30	Valid
18	KP18		0,657	0,30	Valid
19	KP19		0,562	0,30	Valid
20	KP20		0,564	0,30	Valid
21	KP21		0,518	0,30	Valid
22	KP22		0,596	0,30	Valid

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa dua puluh dua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *faktor loading* berkisar antara 0,513 – 0,772 dengan nilai KMO sebesar 0,793. Dengan kata lain bahwa dua puluh dua item pernyataan memiliki nilai *faktor loading* lebih besar dari 0,5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dua puluh dua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Merupakan pengujian yang dilaksanakan untuk reliabilitas dari data yang dilakukan terhadap variabel-variabel yang reliabel yaitu dengan membandingkan nilai Cronbach alpha yang ditemukan dari variabel yang reliabel tersebut dengan 0,60 Ghozali, (2005). Jika nilai Cronbach alpha tersebut berada di atas 0,60, maka item-item atau variabel yang telah reliabel tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hasil uji reliabilitas untuk semua variabel penelitian yaitu

Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Minat Beli (Y) dapat dilihat pada tabel 4.9.

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

No	Variabel	Jumlah Item Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas produk (X1)	9	0,870	Reliabel
2	Harga(X2)	3	0,747	Reliabel
3	Kualitas pelayanan (X3)	22	0,925	Reliabel
4	Minat Beli(Y)	5	0,876	Reliabel

*Sumber: data olahan SPSS*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian berkisar antara 0,763 – 0865. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan semua variabel penelitian yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Minat Beli (Y) adalah reliabel atau andal.

### 4.3 Analisis Deskriptif

Pada sub bab ini diuraikan tentang deskripsi masing-masing variabel penelitian, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Distribusi frekuensi dari masing-masing variabel akan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi.

#### 4.3.1 Minat Beli

Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya menemukan bahwa semua item pernyataan valid (5 item) yang digunakan untuk mengukur variabel Minat Beli adalah valid. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR.



**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Minat Beli (Y)**

No	Item pernyataan	Rata-rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1	Saya tertarik dengan berbagai informasi menu makana yang ditawarkan "Cafe Kiosk"	3,90	78	Cukup Baik
2	Saya akan mempertimbangkan untuk mencoba menu makanan di "Cafe Kiosk"	3,91	78,25	Cukup Baik
3	Saya ingin mengetahui menu yang ditawarkan "Cafe Kiosk"	3,88	77,5	Cukup Baik
4	Saya tertarik mencoba menu yang ditawarkan "Cafe Kiosk"	3,84	76,75	Cukup Baik
5	Saya ingin membeli menu yang ditawarkan "Cafe Kiosk"	3,88	77,5	Cukup Baik
<b>Rata-rata Variabel</b>		3,88	77,60	Cukup Baik

*Sumber: data olahan SPSS 2020*

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel Minat Beli adalah sebesar 3,88 dengan tingkat capaian responden sebesar 77,60% . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat Beli masuk ke dalam kategori cukup baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Cafe Kiosk cukup diminati oleh masyarakat.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban paling tinggi, item pernyataan nomor dua yang memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi sebesar 3,91 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 78,25%. Hal ini menunjukkan bahwa menu di cafe kiosk cukup menjadi bahan pertimbangan untuk dicoba.

Sedang jika dilihat dari rata-rata jawaban paling rendah, item pernyataan tiga dan lima yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah sebesar 3,88 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 77,5%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cukup berminat untuk mengetahui menu yang disediakan oleh cafe kiosk dan membelinya.

### 4.3.2 Kualitas produk

Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya menemukan bahwa semua item pernyataan valid (6 item) yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk adalah valid. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR.

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk**

No	Item pernyataan	Rata-rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1	“Cafe Kiosk” menawarkan makanan yang enak	4,10	82	Baik
2	Hasil olahan makanan/minuman “Cafe Kiosk” sesuai dengan selera saya	3,89	77,75	Cukup Baik
3	Menu “Cafe Kiosk” menambah nafsu makan	4,00	80	Baik
4	Hasil olahan “Cafe Kiosk” dapat bertahan lama	4,00	80	Baik
5	“Cafe Kiosk” menghidangkan makanan dengan cepat dan tepat	3,86	77,25	Cukup Baik
6	Produk “Cafe Kiosk” memiliki keindahan tersendiri	3,86	77,25	Cukup Baik
7	Menu di “Cafe Kiosk” memuaskan saya	4,03	80,5	Baik
8	”Cafe Kiosk” menyajikan makanan yang menarik	3,90	78	Cukup Baik
9	Hasil olahan “Cafe Kiosk” berbau sedap	3,86	77,25	Cukup Baik
<b>Rata-rata Variabel</b>		3,94	78,89	Cukup Baik

Sumber: data olahan SPSS 2020

Berdasarkan data pada Tabel 4.11 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel kualitas produk adalah sebesar 3,94 dengan tingkat capaian responden sebesar 78,89% . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk masuk ke dalam kategori cukup baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa cafe kiosk telah memiliki kualitas produk (kualitas menu) cukup baik dimata calon konsumen.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban paling tinggi, item pernyataan pertama yang memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi sebesar 4,10 dengan tingkat

pencapaian responden sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa cafe kiosk telah memiliki makan yang enak bagi calon konsumen.

Sedang jika dilihat dari rata-rata jawaban paling rendah, item pernyataan kelima, keenam dan kesembilan yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah sebesar 3,86 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 77,25%. Hal ini menunjukkan bahwa cafe kiosk menghadirkan makanan dengan cukup menarik, cafe kiosk juga menghadirkan makanan dengan cukup cepat dan cafe kiosk juga memiliki menu makan dengan aroma yang cukup sedap bagi calon konsumen.

### 4.3.3 Harga

Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya menemukan bahwa semua item pernyataan valid (3 item) yang digunakan untuk mengukur variabel Harga adalah valid. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Frekuensi Harga**

No	Item pernyataan	Rata-rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1	Harga yang diberikan “Cafe Kiosk” terjangkau	3,76	75,25	Cukup Baik
2	Harga yang ditawarkan “Cafe Kiosk” bersaing dengan kompetitor	3,89	77,75	Cukup Baik
3	Harga yang diberikan “Cafe Kiosk” sebanding dengan produk yang ditawarkan	4,01	80,25	Baik
<b>Rata-rata Variabel</b>		3,89	77,75	Cukup Baik

*Sumber: data olahan SPSS*

Berdasarkan data pada tabel 4.12 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel harga adalah sebesar 3,89 dengan tingkat capaian responden sebesar 77,75%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga masuk ke dalam kategori cukup baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa cafe kiosk telah

memiliki harga yang termasuk dalam kategori cukup terjangkau dan cukup sebanding dengan kualitasnya.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban paling tinggi, item pernyataan ketiga yang memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi sebesar 4,01 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 80,25%. Hal ini menunjukkan bahwa cafe kiosk memiliki harga yang sebanding dengan menu yang ditawarkan.

Sedang jika dilihat dari rata-rata jawaban paling rendah, item pernyataan pertama yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah sebesar 3,76 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 75,25%. Hal ini menunjukkan bahwa cafe kiosk memiliki harga yang cukup terjangkau bagi calon konsumen.

#### 4.3.3 Kualitas pelayanan

Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya menemukan bahwa semua item pernyataan valid (22 item) yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan adalah valid. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR.

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan**

No	Item pernyataan	Rata-rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1	Karyawan “Cafe Kiosk” memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang di sajikan	3,71	74,25	Cukup Baik
2	Karyawan “Cafe Kiosk” cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	3,49	69,75	Cukup Baik
3	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir “Cafe Kiosk” pada saat anda membayar	3,70	74	Cukup Baik
4	“Cafe Kiosk” memberikan perhatian serius terhadap anda ketika tempat penuh	3,75	75	Cukup Baik
5	Saya tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan dan minuman	3,63	72,5	Cukup Baik
6	Saya tidak terlalu lama menerima	3,59	71,75	Cukup Baik

	menu yang saya pesan			
7	Karyawan “Cafe Kiosk” tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh	3,58	71,5	Cukup Baik
8	Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan “Cafe Kiosk” memiliki waktu luang untuk membantu anda	3,56	71,25	Cukup Baik
9	Karyawan “Cafe Kiosk” memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	3,60	72	Cukup Baik
10	“Cafe Kiosk” selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	3,56	71,25	Cukup Baik
11	Cita rasa menu yang disajikan “Cafe Kiosk” selalu sama setiap kali anda berkunjung	3,45	69	Cukup Baik
12	Anda merasa aman dan nyaman pada saat berda di “Cafe Kiosk”	3,40	68	Cukup Baik
13	Karyawan “Cafe Kiosk” selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda	3,39	67,75	Cukup Baik
14	Karyawan “Cafe Kiosk” memberikan perhatian secara individual kepada anda	3,46	69,25	Cukup Baik
15	Karyawan “Cafe Kiosk” memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda	3,29	65,75	Cukup Baik
16	Karyawan “Cafe Kiosk” memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social	3,58	71,5	Cukup Baik
17	“Cafe Kiosk” memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan anda	3,59	71,75	Cukup Baik
18	“Cafe Kiosk” memiliki tempat yang nyaman	3,46	69,25	Cukup Baik
19	Lokasi “Cafe Kiosk” mudah untuk di temukan	3,46	69,25	Cukup Baik
20	Ruang “Cafe Kiosk” memiliki dekorasi yang menarik	3,40	68	Cukup Baik
21	Fasilitas pelengkapan yang disediakan “Cafe Kiosk” (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik	3,50	70	Cukup Baik
22	Karyawan “Cafe Kiosk” berpenampilan bersih dan rapih	3,55	71	Cukup Baik
<b>Rata-rata Variabel</b>		3,53	70,63	Cukup Baik

Sumber: data olahan SPSS

Berdasarkan data pada tabel 4.13 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel Kualitas produk adalah sebesar 3,53 dengan tingkat capaian responden sebesar 70,63%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan masuk ke

dalam kategori cukup baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh cafe kiosk sudah cukup baik.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban paling tinggi, item pernyataan pertama yang memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi sebesar 3,71 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 74,25%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cafe kiosk mampu mengolah menu makanan dan minuman dengan cukup baik.

Sedang jika dilihat dari rata-rata jawaban paling rendah, item pernyataan kelima belas yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah sebesar 3,29 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 65,75%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cafe kiosk memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen dengan cukup baik.

#### **4.4. Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Menurut Baroroh (2013) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui pola distribusi dari variance dari data apakah menyebar mengikuti garis lurus atau berdistribusi normal atau sebaliknya. Untuk mengetahui pola distribusi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka digunakan bantuan uji non parametrik one sample *kolmogorov smirnov test*. Normalnya sebuah item ditentukan dari nilai sig *kolmogorov smirnov* yang dihasilkan dalam pengujian yang harus  $>$  alpha 0,05. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut.

**Tabel 4.14**  
**Rangkuman Uji Normalitas Variabel Penelitian**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		ABS_RES
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,3872
	Std. Deviation	,29684
Most Extreme Differences	Absolute	,142
	Positive	,142
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		1,273
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: data olahan SPSS*

Dapat dilihat pada pengujian *one sample kolmogrov smirnov test* dapat diketahui bahwa nilai *residual* atau nilai pengganggu terdistribusi normal. Hasil ini dilihat dari *Asymp sig (2-tailed)* yang didapat lebih besar dari 0,05, ini menunjukkan bahwa secara umum data yang ditemukan sudah memenuhi asumsi kenormalan data sehingga pengujian statistik parametrik dapat dilakukan untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini.

#### **4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan dugaan tentang hubungan yang logis antara dua variabel atau lebih yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang perlu diuji kebenarannya.

##### **4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi Linear Berganda merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun tujuan ini adalah untuk melihat pengaruh :

**1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Minat Beli (Y)**

Hasil analisis regresi linear berganda untuk membuktikan pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Minat Beli (Y) dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini :

**Tabel 4.15**  
**Regresi Linier Berganda**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi
Minat Beli (Y)	Constanta (a)	0,693	
	Kualitas produk (X1)	0,262	0,046
	Harga (X2)	0,317	0,005
	Kualitas pelayanan (X3)	0,261	0,046
	F	12,906	0,000
	R <sup>2</sup>	0,338	

Sumber : data olahan SPSS 2020

Dari hasil rergrresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Minat Beli (Y) diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,693 + 0,262X_1 + 0,317X_2 + 0,261X_3$$

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai constanta yang diperoleh 0,693, artinya jika kualitas produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>) dan kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>), diabaikan (0), maka minat pembelian (Y) nilainya adalah sebesar 0,693 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi kualitas produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,262, jika kualitas produk ditingkatkan satu (1) satuan dengan asumsi harga dan kualitas pelayanan bernilai tetap (0) maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,262 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,317, jika harga ditingkatkan satu (1) satuan dengan asumsi kualitas produk dan kualitas pelayanan



bernilai tetap (0) maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,317 satuan.

- 4) Nilai koefisien regresi Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,261, jika kualitas pelayanan ditingkatkan satu (1) satuan dengan asumsi kualitas produk dan harga bernilai tetap (0) maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,261 satuan.

#### 4.5.2 Uji T Statistik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara parsial, Ali Baroroh (2013).

Hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji T Statistik**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,693	,529		1,312	,193
	kualitas produk	,262	,129	,235	2,033	,046
	harga	,317	,110	,312	2,881	,005
	kualitas pelayanan	,261	,129	,207	2,028	,046

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.18, hasil uji T statistik dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,046. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Oleh karena itu hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.

- 2) Harga memiliki nilai signifikansi 0,005. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Oleh karena itu hipotesis kedua (H2) diterima.
- 3) Kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,046. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Oleh karena itu hipotesis kedua (H3) diterima.

#### 4.5.3 Uji F Statistik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara simultan atau bersama-sama, Ali Baroroh (2013). Hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F Statistik**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,656	3	3,219	12,906	,000 <sup>a</sup>
	Residual	18,952	76	,249		
	Total	28,608	79			

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: minat beli

Sumber : data olahan SPSS 2020

Berdasarkan Tabel 4.19, hasil uji F statistik dapat dijelaskan nilai koefisien regresi pada uji F sebesar 12,906 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) dengan simultan/bersamaan.

#### 4.5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi akan menunjukkan semakin besar pula pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Analisa koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan terhadap minat beli ( $Y$ ). Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,581 <sup>a</sup>	,338	,311	,49937

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: minat beli

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat nilai R square yang diperoleh sebesar 0,338, artinya variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mampu mempengaruhi Minat Beli ( $Y$ ) sebesar 33,8% dan sisa sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

#### 4.6 Pembahasan

##### 4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya semakin baik kualitas produk pada cafe kiosk akan menciptakan minat beli yang tinggi pula terhadap cafe kiosk.

Hasil penelitian konsisten dengan hasil temuan Satria, (2017) dengan judul pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-36, pada penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan A-36.

Begitu juga dengan hasil penelitian Iriani (2014) juga menemukan pada penelitiannya yang berjudul analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen produk batik sedang duwur lamongan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

#### **4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya semakin terjangkau dan sebanding antara harga dan menu yang ditawarkan akan semakin menumbuhkan minat beli konsumen.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Puri Putri Utami, (2017) dengan judul pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan, pada penelitian tersebut ditemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan. Hasil penelitian yang diperoleh juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Hendra Saputra (2017) juga menemukan pada penelitiannya yang berjudul analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen produk batik sedang duwur lamongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

#### **4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hipotesis ketiga yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bariroh (2015) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada minimarket indomaret dan alfamart, menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada minimarket indomaret dan alfamart, demikian hipotesis diterima.

Hasil penelitian yang diperoleh juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Pitaloka (2016) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa go-jek, menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli jasa Go-jek.