

ABSTRACT

Skripsi Title : The Impact of Service Quality Dimensions, Facilities and Brand Image on the Decision to Purchase Sopoyono's Meatballs in Sidoarjo

By : Fauddin Dwi Ismanto

NIM : 18210746

Study Program : Management

To be able to improve purchasing decisions, it is necessary to increase several variables related to purchasing decisions, including the quality of service to consumers, the existence of complete and adequate facilities and the brand image of a product. This study aims to determine and analyze the effect of service quality, facilities and brand image simultaneously on the purchasing decision of Bakso Sopoyono in Sidoarjo, by taking a sample of 75 respondents. The method used is Multiple Regression Analysis and using SPSS for Windows. Instrument Test and Classical Assumption Test are performed and the results pass both tests. The conclusions of the study are: 1. Quality of service, facilities and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. 2. Quality of service has a significant effect on purchasing decisions. 3. Facilities have a significant effect on purchasing decisions. 4. Brand image has a significant effect on purchasing decisions.

PENDAHULUAN

A. Rumusan Masalah

Pada saat ini berbagai jenis makanan telah ada beredar di masyarakat, dengan bermacam-macam makanan menunjukkan bahwa kreativitas masyarakat semakin meningkat sehingga masyarakat juga mempunyai banyak ragam dalam memilih makanan kesukaannya. Salah satu makanan yang

disukai masyarakat Indonesia adalah bakso, hingga saat ini bakso telah di desain sedemikian rupa sehingga mempunyai banyak variasi lain misal bakso jumbo, bakso urat, bakso kerikil, bakso aci, bakso ikan, bakso udang, bakso telur, bakso cumi-cumi, dan sebagainya. Seringkali dijumpai dimana-mana orang berjualan bakso, sehingga hal ini bisa dianggap bahwa makanan bakso merupakan salah jenis makanan yang disukai oleh

masyarakat. Bakso Sopoyono adalah salah satu bakso yang lumayan terkenal di Sidoarjo dengan konsumen yang terdiri dari berbagai usia, status sosial, jenis kelamin. Bakso Sopoyono menyajikan berbagai macam menu misalnya goreng, siomey, tahu, serta bakso/ pentol dengan mempunyai cita rasa yang sangatlah khas dan digemari banyak orang maka Bakso Sopoyono merupakan salah satu bakso favorit.

Inti permasalahan dari penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti ditunjukkan dengan rumusan masalah, rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo?
2. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ditegaskan oleh hal-hal yang diteliti dalam penelitian, tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara empirik
 - a) Khusus: memberi masukan kepada pemilik Bakso Sopoyono di Sidoarjo mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek terhadap keputusan pembelian

Bakso Sopocono di Sidoarjo.

- b) Umum: memberi masukan kepada pemilik/ penjual bakso lainnya atau UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sejenis yang ingin meningkatkan penjualannya/ omzetnya.

2. Secara akademik / teoritis

- a) Khusus: memberi kontribusi terhadap ilmu pengetahuan tentang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek terhadap keputusan pembelian.
- b) Umum: memberi kontribusi buat peneliti selanjutnya yang meneliti tentang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek terhadap keputusan pembelian, agar dapat dipakai sebagai salah satu bahan acuan atau menambah referensi untuk

objek penelitian lebih lanjut yang lebih luas dan mendalam.

D. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Service quality (kualitas pelayanan) menurut Tjiptono (2019:157), suatu tingkat pelayanan yang menyangkut keunggulan yang diinginkan dengan mengendalikan seperti tingkat keunggulan tersebut dengan tujuan buat memenuhi kebutuhannya pelanggan.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019:159), fasilitas merupakan seperangkat yang berupa sumber daya berbentuk fisik sebelum suatu produk (barang dan jasa) itu ditawarkan kepada konsumen.

Citra Merek

Oentoro (2018:115), citra merek mempunyai asosiasi dengan produk serta memunculkan arti secara psikologi, beda dengan produk yang merupakan sesuatu dibuat pabrik, sehingga citra merek diyakini sebagai motivasi pendorong konsumen untuk memilih produk, sebab citra merek tidak hanya yang terdapat dalam produk, tetapi juga termasuk apa yang di dalam

dibenak konsumen serta bagaimana konsumen itu mengasosiasikan.

Keputusan Pembelian

Ningrum (2021:9), "Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen dalam mengambil ketetapan merek mana yang akan dibelinya, konsumen akan membeli terhadap merek suatu produk yang disukainya.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data penelitian yang berupa angka yang berasal dari hasil penyebaran kuesioner terhadap responden yaitu konsumen Bakso Sopoyono di Sidoarjo.

B. Populasi dan Sampel.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:61), "populasi merupakan wilayah generalisasi yang berisi objek maupun subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik yang tertentu dengan ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari serta diambil

kesimpulannya. Populasi di penelitian ini adalah semua konsumen Bakso Sopoyono di Sidoarjo, sehingga jumlah populasi di penelitian ini tidak diketahui karena tidak adanya pencatatan dari penjual Bakso Sopoyono di Sidoarjo.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:62) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan pendapat Ferdinand (2018:173) yang menyatakan bahwa:

a. Ukuran sampel yang baik yaitu terletak antara 30 sampai 500.

b. Dalam sebuah penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan metode Analisis Regresi) maka besarnya sampel ditentukan minimal sebanyak 25 sampel kali jumlah variabel independen.

Di dalam penelitian ini mempunyai variabel independen sebanyak 3 variabel (kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek) sehingga minimal jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 3×25 sampel = 75 responden, sehingga sampel yang di ambil

dalam penelitian ini adalah 75 responden konsumen Bakso Sopoyono di Sidoarjo.

Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan sampling purposive, menurut Sujarweni (2019:85), "pengertian sampling purposive merupakan teknik atau cara menentukan jumlah sampel yang diambil atas dasar memakai beberapa kriteria-kriteria yang tertentu." Kriteria-kriteria konsumen yang dijadikan sampel yaitu:

- a. Konsumen yang minimal berusia 17 tahun, hal ini dikarenakan dengan usia 17 tahun maka seseorang dianggap dewasa dan sudah berhak untuk mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP).
- b. Konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo minimal 2 kali pembelian dengan waktu yang berbeda.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan di gunakan dalam mengumpulkan sebuah data penelitian yaitu:

- 1) Wawancara
- 2) Kuesioner.
- 3) Observasi

D. Sumber dan Pengumpulan Data.

Sumber data penelitian berdasarkan jenis data yaitu data kuantitatif dan kualitatif, yaitu:

- a. Data Kualitatif, merupakan data dengan bentuk kata, gambar atau kalimat, Sugiyono (2019:23). Contoh: teori Manajemen Pemasaran.
- b. Data Kuantitatif, merupakan data dengan bentuk angka, data kualitatif yang dirubah menjadi angka/ skoring, Sugiyono (2019:23). Contoh: jawaban responden yang diubah oleh Skala Likert menjadi angka.

Sumber data penelitian berdasarkan asal data yaitu data primer serta data sekunder, yaitu:

- a. Data primer merupakan data asli dikumpulkan peneliti guna menjawab permasalahan riset. Data primer didapat secara langsung dari sumbernya, peneliti adalah tangan pertama mendapat data tersebut, menurut Istijanto dalam Sunyoto (2018:28). Contoh: data hasil jawaban kuesioner.
- b. Data sekunder, dibutuhkan untuk mendukung suatu data primer. Data sekunder menurut Sunyoto (2018:42), ialah data yang sudah dikumpulkan oleh

orang lain (tidak dari peneliti) untuk keperluan yang lain, hal ini berarti bahwa peneliti memanfaatkan data yang telah ada untuk penelitiannya. Contoh: penelitian terdahulu.

E. Analisis Data

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Arikunto (2018:136), Suatu ukuran tingkat kesahihan maupun kevalidan suatu instrumen diukur dengan istilah validitas, suatu instrumen dikatakan valid maupun sah memiliki validitas tinggi begitu juga instrumen yang tingkat kevalidannya kurang mempunyai validitas yang rendah.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2019:87,90), kekonsistenan hasil suatu ukuran dapat diketahui dengan Uji Reliabilitas (Uji Keandalan), dengan memakai alat ukur yang sama bila melakukan pengukuran kedua kali maupun lebih diperoleh hasil yang sama pula, sedangkan teknik mengukurnya untuk Uji Reliabilitas dalam instrument penelitian ialah menggunakan Alpha Cronbach dengan kriteria apabila instrument penelitian mempunyai skor koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha) lebih

besar dari nilai 0,6 maka dikatakan reliabel (lulus Uji Reliabilitas).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019:154), pengujian terhadap residual/ variabel pengganggu apakah berdistribusi normal atau tidak dalam suatu regresi dinamakan Uji Normalitas, dengan mengamati Normal Probability Plot maka akan dapat mengetahui apakah suatu data penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu distribusi kumulatif dibandingkan dari distribusi normal yang akan menjadi suatu garis lurus diagonal dengan titik-titik plotting data residual dan dikatakan telah berdistribusi normal apabila titik-titik plotting data residual disekitar atau mengikuti garis lurus diagonal tersebut dan data penelitian yang baik adalah data penelitian yang berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Yamin dan Heri (2019:86), untuk melakukan pengujian asumsi tidak terdapatnya problem heteroskedastisitas pada residual dapat diketahui dari Scatterplot antara data residual yang sudah distandarkan (Sderised) terhadap

prediksi variabel terikat (dependen) yang juga sudah distandardkan (Z_{pred}), apabila hasil Scatterplot menunjukkan pancaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu serta titik-titiknya berada diatas serta dibawah garis horisontal melalui angka nol pada sumbu Y. Data penelitian yang lulus Uji Heteroskedastisitas disebut data homoskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2019:185), variabel independen yang mempunyai kesamaan antar variabel independen dalam sebuah model dapat diketahui ada atau tidaknya variabel tersebut dengan menggunakan Uji Multikolearitas, korelasi yang sangat kuat dapat diakibatkan dengan adanya kemiripan antar variabel independen dan jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) terletak antara 1 sampai 10 maka data penelitian tidak terjadi multikolinearitas.”

3.7. Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2019:171), variabel dependen (terikat) dipengaruhi secara bersama-sama atau simultan oleh

variabel independen (bebas) dapat diketahui dengan menggunakan Uji Simultan (Uji F).

Hipotesis yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_i = 0$, artinya kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

$H_1: b_1 = b_2 = b_3 = b_i \neq 0$, artinya kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara simultan variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.

Tingkat kepercayaan α sebesar 5 %.

Kriteria yang dipergunakan dalam Uji Simultan yaitu:

a) Apabila nilai Sig < 5 % atau nilai t tabel < t hitung maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya harga, kualitas pelayanan serta citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b) Apabila nilai Sig > 5 % atau nilai t tabel > t hitung maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya harga, kualitas pelayanan serta citra merek secara simultan tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Parsial (Uji t)

Menurut pendapat Sujianto (2019:74), Uji Parsial (Uji t) untuk menguji apakah suatu variabel bebas (X_i) secara parsial berpengaruh signifikan kepada suatu variabel terikat (Y).

Sedangkan hipotesis yang digunakan dalam Uji Parsial (Uji t) adalah:

$H_0 : b_i = 0$ dimana $i = 1, 2, 3$ artinya kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian..

$H_1 : b_i \neq 0$ dimana $i = 1, 2, 3$ artinya kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara parsial berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.

Tingkat kepercayaan α sebesar 5 %.

Kriteria pengujian Uji t adalah:

- a) Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ / $t \text{ tabel} < t$ hitung maka tolak H_0 dan terima H_1 artinya harga, kualitas pelayanan serta citra merek secara parsial berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.
- b) Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $t \text{ tabel} > t$ hitung maka terima H_0 dan tolak H_1 artinya harga, kualitas pelayanan serta citra merek

secara parsial tidak berpengaruh signifikan kepada keputusan pembelian..

HASIL PENELITIAN

A. Data Penelitian

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Karakteristik jenis kelamin responden sebagaiberikut:

Diketahui jika jumlah pria sebanyak 34 responden (45,3%) dan jumlah wanita sebanyak 41 responden (54,7%), sehingga jumlah wanita lebih banyak dari pria.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Usia Responden

Karakteristik tingkat usia responden sebagaiberikut:

Diketahui tingkat usia 17 - 25 tahun sebanyak 21 responden (28%), tingkat usia 26 – 30 tahun sebanyak 29 responden (38,6%), serta tingkat usia 31 - 35 tahun sebanyak 25 responden (33,4%). Jadi usia terbanyak konsumen adalah tingkat usia 26 – 30 tahun, sedangkan yang paling sedikit adalah tingkat usia 17 – 25 tahun.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

Karakteristik responden di tingkat pendidikan sebagaiberikut:

Diketahui bahwa tingkat pendidikan SLTA sebanyak 32 responden (42,6%), tingkat pendidikan diploma sebanyak 13 responden (17,3%), tingkat pendidikan sarjana sebanyak 24 responden (32%) dan tingkat pendidikan pascasarjana sebanyak 6 responden 8(%) maka tingkat pendidikan konsumen terbanyak SLTA dan paling sedikit adalah pascasarjana.

4. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan responden sebagaiberikut:

Diketahui bahwa jenis pekerjaan yaitu UMKM sebanyak 19 responden (25,3%), ASN/ POLRI/ TNI sebanyak 12 responden (16%), karyawan swasta sebanyak 26 responden (34,7%), dan lain-lain sebanyak 18 responden (24%) maka jenis pekerjaan terbanyak karyawan swasta adalah dan paling sedikit adalah ASN/ POLRI/ TNI.

B. Hasil Penelitian

Hasil Penelitian merupakan kuisisioner yang telah disebar kepada konsumen bakso sopoyono yang berada di Sidoarjo.

1. Uji Validitas

Arikunto (2018:136), Suatu ukuran tingkat kesahihan maupun kevalidan suatu instrumen diukur dengan istilah validitas, suatu instrumen terbilang valid maupun sah memiliki validitas tinggi begitu juga instrumen yang tingkat kevalidannya kurang mempunyai validitas rendah. Suatu instrumen disebut valid jika mampu mengukur sesuatu diinginkan serta bisa mengungkap data variabel dengan tepat.

Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item – Total Correlation	Keputusan
X1	Kualitas Pelayanan 1	0,662	Valid
	Kualitas Pelayanan 2	0,527	Valid
	Kualitas Pelayanan 3	0,487	Valid
	Kualitas Pelayanan 4	0,691	Valid
X2	Fasilitas 1	0,727	Valid
	Fasilitas 2	0,731	Valid
	Fasilitas 3	0,473	Valid
	Fasilitas 4	0,747	Valid
X3	Citra Merek 1	0,595	Valid
	Citra Merek 2	0,677	Valid
	Citra Merek 3	0,490	Valid
	Citra Merek 4	0,681	Valid
Y	Keputusan Pembelian 1	0,710	Valid
	Keputusan Pembelian 2	0,695	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0,602	Valid
	Keputusan Pembelian 4	0,717	Valid

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas semua pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai Corrected Item Total Correlation yang lebih besar dari 0,3 sehingga terbilang valid atau lulus Uji Validitas.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2019:87,90), kekonsistenan hasil suatu ukuran dapat diketahui dengan Uji Reliabilitas (Uji Keandalan), dengan memakai alat ukur yang sama bila melakukan pengukuran kedua kali maupun lebih diperoleh hasil yang sama pula, sedangkan teknik mengukurnya untuk Uji Reliabilitas dalam instrument penelitian ialah menggunakan Alpha Cronbach dengan kriteria apabila instrument penelitian mempunyai skor koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha) lebih besar dari nilai 0,6 maka dikatakan reliabel (lulus Uji Reliabilitas). Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Pelayanan	0,962
Fasilitas	0,948
Citra Merek	0,958
Keputusan Pembelian	0,954

Sumber: Hasil olahan SPSS

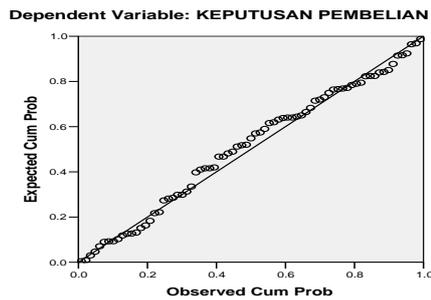
Berdasarkan tabel di atas diketahui untuk masing-masing variabel penelitian memiliki nilai Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0,60 maka dikatakan lulus Uji Reliabilitas (reliabel).

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019:154), pengujian terhadap residual/ variabel pengganggu apakah berdistribusi normal atau tidak dalam suatu regresi dinamakan Uji Normalitas, dengan mengamati Normal Probability Plot maka akan dapat mengetahui apakah suatu data penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu distribusi kumulatif dibandingkan dari distribusi normal yang akan menjadi suatu garis lurus diagonal dengan titik-titik plotting data residual dan dikatakan telah berdistribusi normal apabila titik-titik plotting data residual disekitar atau mengikuti garis lurus diagonal tersebut dan data penelitian yang baik adalah data penelitian yang berdistribusi normal. Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar Uji Normalitas

Sumber: Hasil olahan SPSS

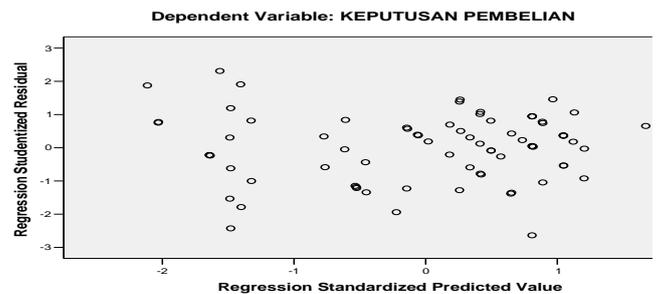
Berdasarkan gambar diatas diketahui titik-titik plotting data residual disekitar atau mengikuti garis lurus diagonal sehingga data penelitian berdistribusi normal (lulus Uji Normalitas).

2. Uji Heteroskedastisitas

Yamin dan Heri (2019:86), untuk melakukan pengujian asumsi tidak terdapatnya problem heteroskedastisitas pada residual dapat diketahui dari Scatterplot antara data residual yang sudah distandarkan (Sderised) terhadap prediksi variabel terikat (dependen) yang juga sudah distandarkan (Zpred), apabila hasil Scatterplot menunjukkan pancaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu serta titik-titiknya berada diatas serta dibawah garis horisontal melalui

angka nol pada sumbu Y. Data penelitian yang lulus Uji Heteroskedastisitas disebut data homoskedastisitas. Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Scatterplot



Gambar Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan gambar diatas Scatter Plot menunjukkan data penelitian lulus Uji Heteroskedastisitas karena pancaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu serta titik-titiknya berada diatas serta dibawah garis horisontal melalui angka nol pada sumbu Y.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2019:185), variabel independen yang mempunyai kesamaan antar variabel independen dalam sebuah model dapat diketahui ada atau tidaknya variabel tersebut dengan menggunakan Uji Multikolearitas, korelasi yang sangat kuat dapat diakibatkan

dengan adanya kemiripan antar variabel independen dan jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) terletak antara 1 sampai 10 maka data penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Tabel 4.23
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Stat	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PELAYANAN	,196	
	FASILITAS	,122	
	CITRA MEREK	,188	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil olahan SPSS

Dari tabel diatas semua variabel bebas (kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek) mempunyai nilai Tolerance > 0,1 dan Variance Inflation Factor (VIF) < 10 sehingga data penelitian terbebas dari multikolinearitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Koefisien Regresi Berganda dan Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,451	,555		-,813	,419
	KUALITAS PELAYANAN	,224	,110	,205	2,033	,046
	FASILITAS	,425	,142	,381	2,986	,004
	CITRA MEREK	,431	,118	,378	3,671	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapat model persamaan regresi yaitu:

$$Y = -0,451 + 0,224.X_1 + 0,425.X_2 + 0,431.X_3$$

F. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Hasil olahan SPSS for Windows sebagaiberikut:

Koefisien Determinasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,859	,853	1,13348	2,028

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,853 atau 85,3% artinya kontribusi/ sumbangsih variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan citra merek (X3) kepada variabel

keputusan pembelian (Y) sebesar 85,3% sedangkan sisanya $100\% - 85,3\% = 14,7\%$ merupakan kontribusi/ sumbangsih beberapa variabel lain yang tidak ikut di dalam suatu penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Apabila kualitas pelayanan (pelayanan yang tepat serta cepat sesuai dengan pesanan konsumen, menjamin komposisi bahan baku bakso 100% daging sapi dan memperhatikan kebutuhan konsumen), fasilitas (fasilitas yang lengkap, bersih, rapi dan berfungsi dengan baik), dan citra merek (merek Bakso Sopoyono mudah diingat, bercitarasa tinggi, kualitas yang melebihi harganya, dan varian produk yang lengkap) semuanya tersebut ditingkatkan secara bersama-sama oleh pemilik Bakso Sopoyono maka akan meningkatkan keputusan pembelian masyarakat terhadap Bakso Sopoyono karena hal ini sesuai pada hasil penelitian ini.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang penting dari keputusan pembelian karena bila kualitas layanan yang diberikan bisa membuat konsumen puas, maka kualitas pelayanan disebut baik, begitu juga sebaliknya.

3. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Depot Bakso Sopoyono merupakan salah satu tempat penjualan bakso dengan melengkapi fasilitas yang cukup lengkap yaitu antara lain meja serta kursi makan yang baik, tempat sambal, saos, kecap maupun tisu sudah disediakan dan tertata rapi, bersih dan kipas angin yang disediakan juga berfungsi dengan baik, selain itu juga tempat parkirpun cukup luas dan aman sehingga konsumen merasakan kepuasan serta kenyamanan yang maksimal dan melakukan pembelian ulang Bakso Sopoyono.

4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

Merek suatu produk akan menggambar kondisi yang terkandung

didalam produk tersebut, begitu juga apabila disebutkan/ diucapkan merek Bakso Sopoyono maka akan terbayang bakso yang mempunyai cita rasa yang enak, variasi produknya sangat banyak, harga bersahabat, kondisi depot yang nyaman dan aman sehingga menjadikan salah satu bakso yang patut direkomendasikan kepada orang lain untuk membeli Bakso Sopoyono. Dengan pengalaman yang dimiliki responden dalam membeli Bakso Sopoyono maka sudah sewajarnya responden memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli Bakso Sopoyono.

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Uji Simultan dan Uji Parsial dalam analisis data maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara simultan berdampak signifikan dan positif kepada keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo, artinya apabila kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek ditingkatkan maka

keputusan pembelian akan meningkat juga.

2. Kualitas pelayanan, fasilitas serta citra merek secara parsial berdampak signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Bakso Sopoyono di Sidoarjo, artinya apabila kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek secara parsial ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat juga.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data serta kesimpulan jika saran yang peneliti berikan yaitu:

a. Untuk pemilik Bakso Sopoyono disarankan untuk meningkatkan kecepatan pelayanannya kepada konsumen, bukan hanya pesanan baksonya saja tetapi juga pesanan minumannya sehingga pesanan bakso dan minumannya datangnya bersamaan karena masih dijumpai pesanan minumannya sudah datang duluan tetapi pesanan baksonya belum datang. Dilakukan secara berkala pengecekan fungsional dari fasilitas-fasilitas yang disediakan, misalnya apabila botol yang berisi saos/ kecap itu tinggal sedikit/ habis maka segera diisi kembali

atau misalnya kipas angin yang sudah kotor dan mengeluarkan bunyi yang menimbulkan berisik maka segera dibersihkan dan diperbaiki, begitu juga dengan meja makan atau kursi yang mengalami kerusakan maka segera diperbaiki. Kualitas Bakso Sopoyono baik rasa maupun ukuran produknya harus dipertahankan serta ditingkatkan tetapi tidak serta merta harus menaikkan harga produk tersebut karena akan menyebabkan konsumen merasa kecewa apabila ada kenaikan harga dan apabila terpaksa menaikkan harga maka pemilik Bakso Sopoyono harus membandingkan harga produk bakso kompetitor agar Bakso Sopoyono tidak terlalu mahal dan tetap bisa eksis dalam bisnis bakso.

b. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dengan obyek penelitian Bakso Sopoyono di Sidoarjo maka disarankan untuk tidak menggunakan variabel-variabel kualitas pelayanan, fasilitas, citra merek serta keputusan pembelian agar diperoleh hasil dari penelitian yang berbeda pada hasil penelitian ini, misalnya disarankan

menggunakan variabel kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, minat beli, promosi, loyalitas konsumen dan lain-lain.