

Pengaruh Physical Evidence, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Mr Suprek Cabang Pucang Surabaya

Nindya Kirana Rahma Nazihah

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, nindyanazihah@gmail.com

Ni Made Ida Pratiwi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, idapratiwi@untag-sby.ac.id

Ayun Maduwinarti

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di era globalisasi ini ada banyak bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat yang digemari oleh generasi milenial, khususnya di industri makanan ini tidak dapat dihentikan akan terus tumbuh dan muncul berbagai inovasi serta memiliki karakteristik yang berbeda. Dalam persaingan bisnis yang ketat ada banyak pesaing yang perlu diperhatikan pelaku bisnis bisa menjadi suatu ancaman yang serius. Fenomena ini mencakup seluruh dunia, strategi pemasaran dapat digunakan untuk mendorong keputusan pembelian di Mr Suprek harus siap dalam menghadapi persaingan, karena saat ini banyak restoran baru yang bermunculan dengan tema yang sama dan perkembangannya bisa lebih cepat restoran Mr Suprek bahwa memiliki menu yang murah dan enak saja tidak cukup merebut pangsa pasar dan menjadi sebuah masalah dalam peningkatan keputusan pembelian untuk memikat dan mempertahankan konsumen Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode non-probabilitas (non-random sampling) dan pengumpulan data menggunakan kuesioner Google Form. Hasil penelitian ini menyatakan variabel Physical Evidence, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki berpengaruh secara parsial dan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Pembelian di Mr Suprek .
Kata kunci : Physical Evidence, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Business developments in this era of globalization, there are many culinary businesses that are developing rapidly which are popular with the millennial generation, especially in the food industry, it cannot be stopped, it will continue to grow and various innovations emerge and have different characteristics. In tight business competition, there are many competitors that

business people need to pay attention to, which can pose a serious threat. This phenomenon covers the whole world, marketing strategies can be used to encourage purchasing decisions at Mr Suprek. You must be ready to face competition, because currently many new restaurants are emerging with the same theme and development can be faster. Mr Suprek restaurants have cheap and delicious menus. alone is not enough to capture market share and is a problem in increasing purchasing decisions to attract and retain consumers. This research uses a quantitative research method approach using non-probability methods (non-random sampling) and data collection using a Google Form questionnaire. The results of this research state that the variables Physical Evidence, Price Perception and Service Quality have a partial and simultaneous influence (together) on purchasing decisions at Mr Suprek.

Keywords: Physical Evidence, Price Perception and Service Quality on Purchasing Decisions.

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era globalisasi ini, ada banyak bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat yang digemari oleh generasi milenial, khususnya di industri makanan. Industri ini tidak dapat dihentikan terus tumbuh dan muncul inovasi serta peningkatan seperti sekarang banyak perusahaan kuliner yang lahir masing-masing dan memiliki karakteristik yang berbeda dari lainnya di daerah Surabaya. Dengan keberagaman inovasi kuliner Indonesia, tepatnya di Surabaya, membuka peluang usaha industri kuliner diminati oleh banyak pebisnis, namun sama halnya seperti industri di bidang lainnya, bisnis di bidang kuliner juga berpeluang gagal dalam implementasinya. Dalam persaingan bisnis yang ketat kemana tujuan pasar akhirnya menjadi lebih tidak jelas dan tidak pasti inilah akhirnya yang menyebabkan dari beberapa usaha di bidang kuliner dari waktu ke waktu mengalami kemerosotan. Ada banyak pesaing di bidang ini yang perlu diperhatikan pelaku usaha agar tidak menjadi ancaman yang serius. Hal ini merupakan faktor yang paling penting yang harus dikuasai oleh seseorang pengusaha sebelum ia mendirikan bisnisnya. Fenomena ini mencakup seluruh dunia, strategi pemasaran dapat digunakan untuk mendorong keputusan pembelian di Mr Suprek harus siap dalam menghadapi persaingan, karena saat ini banyak restoran baru yang bermunculan dengan tema yang sama dan perkembangannya bisa lebih cepat restoran Mr Suprek bahwa memiliki menu yang murah dan enak saja tidak cukup merebut pangsa pasar dan menjadi sebuah masalah dalam peningkatan keputusan pembelian untuk memikat dan mempertahankan konsumen.

Industri makanan merupakan suatu bentuk usaha yang prospektif di Indonesia, hal tersebut dikarenakan makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang terpenuhi. Keberadaan usaha kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan

yang mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya dan usaha mikro kecil selama ini juga banyak berperan membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah . Pada umumnya perusahaan dalam proses pemasaran menggunakan bauran pemasaran.

Dengan keberagaman kuliner di kota pahlawan yaitu kota Surabaya membuat para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya, sama halnya dengan usaha di bidang lain usaha di bidang kuliner juga ada potensi gagal dalam membangun dan menjalankannya. Dikarenakan banyak sekali persaingan yang sangat ketat. Sehingga banyak pengusaha di usaha kuliner juga mengalami gulung tikar di waktu yang cukup singkat. Persaingan dalam bidang usaha kuliner ini harus diperhatikan lebih karena bisa menjadi suatu ancaman yang serius. Agar usahanya tetap bisa bersaing, diperlukan sebuah strategi yang tepat. Dimana pelaku dalam usaha di bidang kuliner ini menyusun strategi pemasaran untuk mendapatkan calon konsumen dan mempertahankan konsumen lamanya. Supaya mencapai tujuan tersebut, maka pelaku usaha harus mampu dan sanggup membaca situasi pasar saat ini. Maka strategi pemasarannya harus berdampak pada keputusan pembelian. Hal ini, membuat banyak restoran atau rumah makan lainnya bermunculan untuk menawarkan produk makanan yang bisa terbilang unik.

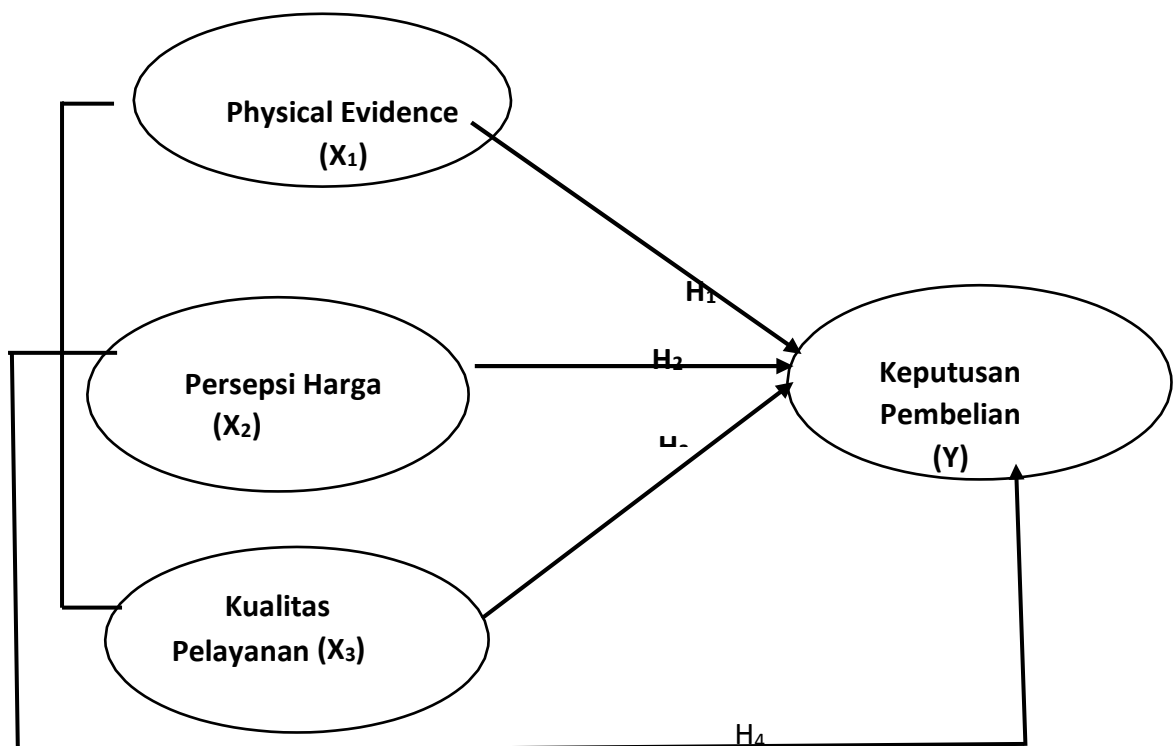
Menuju lingkup yang spesifik, khususnya di Indonesia Restoran telah bermunculan sebagai salah satu tempat makan terdepan yang berhasil memanfaatkan kekuatan Physical evidence, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan ketiga strategi ini tidak hanya dalam permasalahan tetapi juga mempengaruhi Keputusan Pembelian secara signifikan. Physical evidence melalui bagaimana Perusahaan harus mencerminkan memberikan kesan positif dan menarik konsumen tidak hanya itu kebersihan menjadi sangat penting untuk kenyamanan para konsumen yang berdatangan langsung. selain itu, Persepsi Harga telah menjadi factor penting lainnya yang mempengaruhi Keputusan pembelian, mengingat sensitivitas harga sebagai salah satu pertimbangan utama dalam pembelian, Kualitas Pelayanan telah menjadi factor penting lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai salah satu pertimbangan utama dalam melayanani konsumen secara langsung. Keputusan pembelian sendiri telah menjadi faktor penting untuk sebagai salah satu pertimbangan dalam memutuskan kembali agar konsumen kembali untuk membeli

Para pelaku bisnis dalam bidang makanan juga dituntut pula untuk dapat selalu menggunakan strategi bersaing seperti dari segi menginovasi produknya seperti menentukan bahan baku yang digunakan sehingga menciptakan suatu khas rasa yang berbeda dari pesaing ,atau dengan cara memasaknya suatu produk itu sendiri agar dapat bisa mempertahankan keunggulan yang bersaing

terjadi berkesinambungan terhadap perusahaan serta tetap berkembang dan terus diminati lingkungan sekitar. Pada perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus perlu mencermati para konsumen dan faktor-faktor mempengaruhi keputusan pembelian dalam usaha-usaha pemasaran adalah sebuah produk. Hal ini dikarenakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dengan dibandingkan para pesaing lainnya. Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli dan selain itu dapat dipengaruhi faktor-faktor perusahaan.

Kerangka Dalam Pemikiran

Kerangka berpikir penelitian adalah urutan yang logis dari hasil pemikiran guna memecahkan suatu masalah penelitian yang kemudian dituangkan dalam bentuk bagan. Maka dapat digambarkan kerangka dasar pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan yang dianggap benar terhadap rumusan masalah, maka dari itu masih perlu dibuktikan akan kebenarannya melalui runtutan pengujian penelitian. Maka penulis membuat hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

H₀ : Physical Evidence tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

H_a: Physical Evidence berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

2. Hipotesis Kedua

H₀ : Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

H_a: Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

3. Hipotesis Ketiga

H₀ : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

H_a : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di
Mr Suprek Surabaya

4. Hipotesis Keempat

H₀ : Pengaruh Physical Evidence, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan
tidak berpengaruh secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian
di Mr Suprek Surabaya

H_a : Pengaruh Physical Evidence, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan
berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Mr Suprek Surabaya

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan mengumpulkan data, menganalisis data, dan membuat kesimpulan. Penelitian kuantitatif mengungkap besar atau kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka – angka, dengan cara mengumpulkan data yang merupakan faktor pendukung terhadap pengaruh antar variabel – variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan variabel variabel dalam penelitian Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif merupakan "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non probability sampling adalah tehnik pengambilan sampel di mana semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadikan sampel. Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau memberikan kesempatan yang sama kepada populasi yang dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah purposive sampling yang mana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang ditentukan oleh karena itu penulis memilih teknik ini dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Responden yang diambil dalam penelitian.

1. Berusia 10 - 50 tahun
2. Pernah melakukan pembelian produk di Mr Suprek Pucang Surabaya
3. Pernah mengalami atau mendengar informasi serta mendapat rekomendasi dari keluarga, kerabat, teman dekat maupun dengan karyawan mengenai produk-produk di Mr Suprek Pucang Surabaya.

Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Widiyanto (2008) adalah sebagai berikut:

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.21 Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Unstandardized		Standardized				
Coefficients		Coefficients				
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	9,696	4,641		2,089	,039
	Physical Evidence	-,096	,128	-,084	-,751	,454
	Persepsi Harga	,715	,101	,565	7,098	,000
	Kualitas Pelayanan	,381	,138	,311	2,754	,007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data primer SPSS Versi 26 diolah oleh penulis , 2024

Berdasarkan tabel 4.21 pada analisi Regresi Linier Berganda maka didapatkan persamaan model Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 9,696 - 0,096 X_1 + 0,715 X_2 + 0,381 X_3$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian a = nilai konstanta

b₁ = nilai koefisien regresi Physical Evidence X₁ = Physical Evidence

b₂ = nilai koefisien regresi *Persepsi Harga*

X₂ = *Persepsi Harga*

b₃ = nilai koefisien regresi *Kualitas Pelayanan*

X₃ = *Kualitas Pelayanan*

Dari hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) nilai sebanyak 9,696, artinya jika variabel Physical Evidence (X₁), Persepsi Harga (X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃) bernilai 0. Maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 9,696
- b. koefisien regresi variabel physical evidence (X₁) memiliki nilai sebesar (-0,096) yang artinya jika variabel physical evidence (X₁) terjadi meningkat satu satuan dengan asumsi variabel Persepsi Harga (X₂) dan Kualitas Pelayanan (X₃) bernilai tetap atau konstan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan menurun sebanyak 0,096.
- c. koefisien regresi variabel persepsi harga (X₂) memiliki nilai sebesar 0,715 yang artinya jika variabel persepsi harga (X₂) terjadi meningkat satu satuan dengan asumsi variabel physical evidence (X₁) dan variabel kualitas pelayanan (X₃) bernilai tetap atau konstan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebanyak 0,715.
- d. koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₃) memiliki nilai sebanyak 0,381 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan (X₃) terjadi peningkatan satu satuan dengan asumsi variabel physical evidence (X₁) dan variabel variabel persepsi harga (X₂) bernilai tetap atau konstan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebanyak 0,381.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas Physical Evidence, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Dengan tingkat signifikan adalah (0.05) atau taraf 5%.

Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (t)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
					T	
					Sig.	
1	(Constant)	9,696	4,641		2,089	,039
	Physical Evidence	-,096	,128	-,084	-,751	,454
	Persepsi Harga	,715	,101	,565	7,098	,000
	Kualitas Pelayanan	,381	,138	,311	2,754	,007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer SPSS versi 26 diolah oleh penulis, 2024

1. Jika nilai parsial $< 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ -tabel 1.986, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
3. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima untuk mencari nilai t tabel yaitu sebagai berikut: $df = n - k$ dengan keterangan:

$$df = (n/2 : n - k)$$

$$df = (0,05/2 : 96-4)$$

$$df = (0,025 : 92)$$

keterangan:

α = Tingkat signifikansi 5% (0,05)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel x dan variabel y

$$t\text{-tabel: } t(a;n-k) = t(a;96-4) / t = (0.05;92) = 1.986$$

Jadi pada penelitian ini $df=96-4=92$ dengan nilai α 0,05 diketahui nilai t terbesar 1.986, Nilai t hitung $> t$ table. Sehingga dalam penelitian ini df (Degree of Freedom) = $96 - 4 = 92$, dengan nilai signifikan (α) 5% diketahui nilai t tabel sebesar 1.986. Nilai t hitung $> t$ tabel, Adapun hipotesis dapat disajikan sebagai berikut:

Adapun hipotesis yang diajukan untuk Uji Parsial

a. Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian

Perumusan Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh *physical evidence* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

H_a : Ada pengaruh *physical evidence* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

Hasil dari pengujian t hitung sebanyak (-0,751) yang artinya bahwa t hitung $> t$ tabel (-0,751 < 1,986) dengan nilai signifikan (0,454 > 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima yang menyatakan bahwa variabel *physical evidence* (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya. dikarenakan tingkat *physical evidence* bahwa target pasarnya adalah pembeli kelas menengah ke bawah yang cenderung memiliki sifat rendah diri. Meskipun berdampak pada fasilitas tata letak ruang tersusun sangat rapi dan sesuai manfaatnya masing-masing..ketika ingin memasuki restoran dengan *physical evidence* yang bagus atau mewah. Namun hal tersebut tidak cukup mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Pengaruh *Persepsi Harga* Terhadap Keputusan Pembelian

Perumusan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh persepsi harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

Ha : Ada pengaruh persepsi harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

Hasil dari pengujian t hitung sebanyak 7,098 yang menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (7,098 > 1,986) dengan nilai signifikan (0,000 < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa Ha diterima yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya. dikarenakan Harga makanan Mr Suprek sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen dapat disimpulkan semakin baik evaluasi atas harga yang ditawarkan pada Mr. Suprek Pucang Surabaya maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

c. Pengaruh *Kualitas Pelayanan* Terhadap Keputusan Pembelian

Perumusan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya

Dari hasil pengujian t hitung diperoleh 2,754 yang menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2,754 > 1,986) dengan nilai signifikan (0,007 < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa Ha diterima yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di Mr Suprek Cab pucang Surabaya. Dikarenakan memiliki fasilitas wastafel dan toilet yang disediakan dengan baik semakin baik fasilitas yang diberikan semakin baik kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

UJI Korelasi (Uji r)

Menurut Sudarmanto (2005) uji korelasi (r) untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Hubungan yang dipelajari adalah hubungan linier atau garis lurus. Ukuran korelasi berkisar antara -1 sampai +1, termasuk 0. Semakin besar nilai r (mendekati angka 1), maka

semakin kuat hubungan kedua variabel tersebut. Sebaliknya, semakin kecil nilai korelasi (mendekati angka 0), maka makin lemah hubungan kedua variabel.

Tabel 4.24 Hasil Uji Korelasi (Uji r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,426	2,735

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Physical Evidence

Sumber : data primer SPSS Versi 26 diolah oleh penulis,2024

Dari hasil diatas merupakan hasil penelitian uji korelasi pada tabel (r) secara parsial dengan nilai koefisien sebesar 0.666 hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut semakin mendekati angka 1 dimana nilai interval koefisien terletak pada angka 0.50 – 0.69. sehingga dapat disimpulkan bahwa menunjukan adanya hubungan positif Physical Evidence, Persepsi Harga Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian adalah hubungan kuat.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,426	2,735

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Physical Evidence

Sumber : data primer SPSS Versi 26 diolah oleh penulis, 2024

Dari hasil diatas, besaran pengaruh ketiga variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) diketahui dari nilai R Square pada Tabel 4.19 yaitu sejumlah 0,444 x 100% =44,4%

menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian Mr Suprek sejumlah 55,6% dipengaruhi oleh *Physical Evidence*, *Persepsi Harga*, dan *Kualitas Pelayanan*. Sementara lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan secara penyusunan data, sumber teori, observasi lapangan hingga proses pengolahan data. Maka peneliti menyajikan data sebagai berikut :

Pengaruh Physical Evidence Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Physical Evidence secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mr Suprek Cab Pucang Surabaya. Dapat kita lihat dari rekapitulasi jawaban dari para responden. Mr Suprek Surabaya memiliki tata letak ruang tersusun sangat rapi dan sesuai manfaatnya masing-masing. Pada hasil uji t, menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari pada t tabel yang artinya sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima maka dengan ini meskipun physical evidence tersebut tidak mencukupi kuat terkait keputusan pembelian pada fasilitas yang diberikan menunjukkan bahwa variabel Physical Evidence tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mr Suprek Surabaya. Faktor lain yang menjadi alasan physical evidence tidak berpengaruh karena terdapat jaminan ruangan tata letak yang diberikan oleh Mr Suprek Surabaya, sehingga yang diberikan juga sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ritonga 2018) yang berjudul pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan physical evidence terhadap keputusan pembelian pada Mr Suprek Pucang Surabaya tidak berpengaruh signifikan dengan memiliki hasil yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mr Suprek Cab Pucang Surabaya. sehingga menunjukkan bahwa hipotesis kedua H_a diterima dan H_0 ditolak” ada pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena persepsi harga semakin baik evaluasi atas harga yang ditawarkan pada Mr. Suprek Pucang Surabaya maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dapat kita lihat dari rekapitulasi jawaban dari para responden, misalnya tentang (persepsi harga) harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan rumah makan

lainnya. Faktor lain yang menjadi alasan persepsi harga berpengaruh karena terdapat jaminan harga murah yang diberikan oleh Mr Suprek Cab Pucang Surabaya. apabila terjadi perbandingan rumah makan pada Mr Suprek ke rumah makan lainnya, sehingga konsumen memilih makan ke Mr Suprek dikarenakan harga lebih murah yang diberikan juga sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kotler & Amstrong 2012,) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan dapur DK Surabaya berpengaruh signifikan dengan memiliki hasil yaitu persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mr Suprek Cab Pucang Surabaya. Sehingga menunjukkan bahwa hipotesis kedua H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu “ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian memiliki arti yakni semakin baik evaluasi atas kualitas pelayanan yang pada Mr Suprek Pucang Surabaya maka akan meningkatkan terhadap keputusan pembelian. Faktor lain yang menjadi alasan kualitas pelayanan berpengaruh karena terdapat jaminan layanan baik yang diberikan oleh Mr Suprek Cab Pucang Surabaya. Dapat dilihat dari rekapitulasi jawaban dari para responden, misalnya tentang (kualitas pelayanan) Mr Suprek memiliki kualitas layanan yang dapat melayani konsumen dengan baik dan sigap. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kotler, 2012) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Rolag Kopi Karah Surabaya) berpengaruh signifikan dengan memiliki hasil yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Physical Evidence*, *Persepsi Harga*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kemudian berdasarkan Hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang dipersyaratkan maka hipotesis (H_a) diterima. Hal itu dapat menunjukkan variabel *Physical Evidence*, *Persepsi Harga* dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif atau signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mr Suprek Cab Dharmawangsa Surabaya.

Ketiga variabel, yaitu *Physical Evidence*, *Persepsi Harga*, dan *Kualitas Pelayanan*, secara bersama-sama dapat berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mr Suprek Cab Dharmawangsa Surabaya karena mereka saling melengkapi dan memperkuat pengaruhnya terhadap perilaku pembelian pelanggan. Pertama, *Physical Evidence* memberikan informasi fasilitas yang di berada ruangan Mr Suprek agar konsumen tertarik untuk makan di Mr Suprek. Kedua, *Persepsi Harga untuk mengetahui harga setiap menu yang telah disediakan di Mr Suprek*. Ketiga, *Kualitas Pelayanan* merupakan faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap merek atau toko. Pelayanan yang cepat, ramah, dan komunikatif akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan membentuk hubungan jangka panjang dengan mereka. Dengan demikian, ketika ketiga variabel ini digabungkan secara simultan, pengaruh positif mereka terhadap Keputusan Pembelian Mr Suprek Cab Dharmawangsa Surabaya menjadi lebih kuat dan signifikan. Pelanggan cenderung memilih untuk melakukan pembelian di *Mr Suprek* karena kombinasi dari faktor-faktor ini memberikan pengalaman belanja yang positif dan memuaskan bagi mereka.

Kesimpulan

1. Variabel *Physical Evidence* terdapat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mr Suprek. Dapat disebabkan oleh beberapa faktor. salah satunya adalah karena terdapat jaminan fasilitas ruangan tata letak yang diberikan oleh Mr Suprek Surabaya, sehingga yang diberikan juga sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Yang berarti konsumen semakin baik *physical evidence* yang diberikan Mr. Suprek Pucang Surabaya maka dapat menurunkan keputusan pembelian konsumen.
2. Variabel *Persepsi Harga* terdapat berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pada Mr Suprek. Dapat disebabkan oleh faktor semakin baik evaluasi atas harga yang ditawarkan pada Mr. Suprek Pucang Surabaya maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sesuai hasil responden ini menyatakan bahwa konsumen sering mencari informasi seputar Harga yang ditetapkan di Mr Suprek . Yang berarti konsumen sangat sering mencari informasi seputar harga sesuai dengan pembelian konsumen sebelum menentukan Keputusan Pembelian, Sehingga *Persepsi Harga* yang tinggi dapat berpengaruh secara besar terhadap pengambilan Keputusan Pembelian.
3. Variabel *Kualitas Pelayanan* ada berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Mr Suprek. Dapat disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah karena bahwa *Kualitas Pelayanan* seringkali menyediakan perhatian. Semakin dapat memberikan

pelayanan yang baik bagi konsumen maka semakin memberikan kenyamanan pada konsumen, maka konsumen akan lebih merasa puas. Berarti konsumen sering tertarik dengan Kualitas Pelayanan yang berada di Mr Suprek, namun konsumen secara signifikan menentukan untuk mengorder makanan di Mr Suprek. Sehingga Kualitas Pelayanan yang tinggi mampu mempengaruhi dampak secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen.

4. Analisis ini menandakan variabel Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Mr Suprek. Untuk variabel Physical Evidence tidak memiliki pengaruh secara signifikan. Artinya memberikan pendapat penting bagi Mr Suprek untuk fokus pada strategi pemasaran pada aspek-aspek yang fakta persepsi harga dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan penjualan maupun pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Nasution, U. C., & Mulyati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tiket Pesawat Online Di Traveloka. *Dinamika Administrasi Bisnis*, 3(1).
- Anggraini, & Saino, S. (2021). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599.
- Baehaqi, Udayna, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33.
- Ghozali, Imam. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Isabela, Elizabet. (2022). “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mr. Suprek Pucang Surabaya.” *Diss. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2022*.
- Lokasi, & Keputusan, T. (2015). *Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. 4, 1–9.

- Muningka, Maduwinarti, A., Made, N., & Pratiwi, I. (2023). *SOSIALITA Vol... No...(2023)*. 1326– 1337.
- Nindi Ayu, Awin, M., & IGN Anom, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Rolag Kopi karah Surabaya). *Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(6), 16.
- Pelayanan, & Dan, P. H. (2017). *PADA PELANGGAN MINIMARKET (Studi Kasus Pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan , Tayu , Pati , Jawa Tengah) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Oleh : Elien Nira Permatasari*.
- Produk, Pelayanan, H. D. A. N., Keputusan, T., Konsumen, P., & Warung, D. I. (1945). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya*.
- Putri, Pujiyanto, A., & Mulyati, D. J. (2020.). (*STUDI KASUS UNTUK PENJUALAN JIWA TOAST CITRALAND SURABAYA MELAU MEDIA E-COMMERCE*). 9(2).
- Rangian, Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284.
- Nasution, Febbi Nilasari Agung Pujiyanto Ute Ch. (2017). “Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Coffee Culture Jombang.” *Jurnal Sains dan Seni ITS* 6(1): 51–66. RA Nur Amalina, and Imroatul Khasanah. (2010). “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal).” *Diponegoro Journal Of Management* 4(2): 1–9..
- Rivaldo, Yandra, and Supardi Yusman. (2021). “Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada Indomaret Sungai Harapan Batam.” *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam* 1(1): 13.

- Sanjaya. 2015. *Model Pengajaran Dan Pembelajaran*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sara, Fenny May, Caria Ningsih, and Rini Andari. (2017). "Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Café Infinito Culinary Bandung." *The Journal Gastronomy Tourism* 4(1): 6–18.
- Sholichah, Maidhotus. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Dk Surabaya*. Fakultas Ekonomi dan Bisn(is Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2005). *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta; Ghalia Ilmu.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
- Zulfiyah, Pujiyanto, A., & Ch.Nasution, U. (2018). Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ayam Nelongso Dan Ayam Bakar Wong Solo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Turnitin Plagiasi Jurnal

JURNAL NINDYA KIRANA BARU.docx			
ORIGINALITY REPORT			
17%	16%	11%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	2%	
2	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	2%	
3	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1%	
4	repository.ubaya.ac.id Internet Source	1%	
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%	
6	eprints.unpak.ac.id Internet Source	1%	
7	repository.stie-sak.ac.id Internet Source	1%	
8	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%	
9	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	1%	

