

## **PENGARUH PRODUK, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH RUMAH MAKAN NASI GORENG 21 PONTIANAK**

**Deviansyah (NIM 111310422)**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pontianak

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen pada Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman di Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden yang pernah membeli serta mengonsumsi makanan dan minuman di Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil uji validitas, baik variabel produk, harga dan tempat sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan validitas. Karena pada uji validitas variabel X maupun variabel Y nilai korelasi antara semua *item* (pertanyaan) dengan sortotalnya ( $r_{xy}$ ) menunjukkan hasil yang lebih besar dari  $r$  tabel baik dengan tingkat signifikan 1% maupun 5%. Hasil uji reliabilitas, baik variabel variabel produk, harga dan tempat sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen memilih Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan reliabilitas. Karena memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Hasil uji regresi linear yang telah dilakukan menunjukkan hal-hal sebagai berikut : Persamaan atau estimasi regresi yang dapat dituliskan berdasarkan hasil pengolahan data dapat dituliskan :  $\hat{Y} = 2,135 + 0,551X$ . Dari hasil analisis korelasi sederhana ( $r$ ) didapat korelasi antara bauran pemasaran (3P) dengan keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang rendah antara bauran pemasaran (3P) dengan keputusan konsumen memilih Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,160. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa uji kelayakan model variabel independan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $F$  hitung sebesar  $18,707 > F$  tabel 2,47 serta memiliki nilai signifikan ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, artinya Model regresi linear sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Keputusan Konsumen, Rumah Makan