

PENTINGNYA FAKTOR KESEGRAN KUALITAS MAKANAN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RUMAH MAKAN

Erina Ayu Dwi Nuriadi¹, Ema Nurzainul Hakimah²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
erinaayudn@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 12/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

Abstract

The purpose of this study is to determine the importance of the freshness factor of food quality in determining purchasing decisions made by consumers at restaurants. The object of this research is at Sribu Asri 2 Kediri Restaurant. This study used a quantitative approach with a questionnaire method. The population in this study is consumers who are making purchases at restaurants, with a sample of 40 respondents. This study used multiple linear regression test analysis using SPSS software version 23. The results of this study showed that freshness did not have a partially significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Freshness, Food Quality, Purchasing Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pentingnya faktor kesegaran kualitas makanan dalam menentukan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada rumah makan. Objek penelitian ini yaitu pada Rumah Makan Sribu Asri 2 Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang sedang melakukan pembelian pada rumah makan, dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Penelitian ini menggunakan analisis uji regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesegaran tidak berpengaruh secara positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kesegaran, Kualitas Makanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis rumah makan di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat cepat. Pada tahun 2023 ini hasil survey membuktikan bahwa masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu lebih banyak diluar rumah, sehingga dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman banyak dari mereka yang memilih mengunjungi rumah makan ataupun restoran [1]. Hal ini menyebabkan banyak terjadi perubahan kebutuhan hidup masyarakat. Permintaan dan kebutuhan akan makanan dan minuman yang terus meningkat tersebut tidak hanya terjadi di kota - kota besar saja, namun di daerah pedalaman juga terjadi peningkatan dengan menyajikan keunikan dan menu-menu yang berbeda dari rumah makan lain [2]. Trend kebutuhan hidup baru ini menjadi fenomena baru untuk masyarakat.

Dari fenomena baru tersebut mulai muncul banyak cafe-cafe hingga restoran-restoran baru yang memiliki dan mulai menonjolkan keunikan yang disajikan cafe atau restoran itu sendiri, sehingga cafe atau restoran baru tersebut dapat menyajikan menu atau sesuatu hal yang berbeda dari restoran lain. Strategi tersebut mampu menjadi pembeda yang sangat signifikan dari cafe atau restoran sehingga dapat dinilai mampu menarik minat beli konsumen. Makan di restoran atau rumah makan saat ini sudah menjadi kebutuhan atau gaya hidup baru masyarakat. Seperti halnya saat perayaan keberhasilan dalam mencapai suatu hal, perayaan ulang tahun, pengadaaan reuni sekolah, hingga rapat organisasi tertentu yang biasanya akan dilakukan di dalam gedung ataupun rumah salah satu anggota, saat ini masyarakat lebih memilih merayakannya di restoran dengan tujuan agar lebih hemat dan mudah. Gaya hidup baru ini menjadi trend yang akan dilakukan secara terus menerus hingga generasi seterusnya. Hal ini mengakibatkan terjadinya peningkatan pembangunan atau pembaruan baru dalam bisnis kuliner khususnya pada bisnis restoran.

Peningkatan pembangunan dan terjadinya pembaruan baru dalam bisnis kuliner, sebenarnya dapat menjadi ancaman untuk pelaku bisnis kuliner yang lama atau yang sudah lama muncul. Pembaruan yang terjadi secara cepat ini mengharuskan pelaku bisnis kuliner lama harus memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan bisnisnya. Inovasi produk sangat diperlukan untuk menunjang keberlangsungan usaha restoran atau café yang dimiliki. Meskipun tidak menutup kemungkinan konsumen akan tetap datang, para pelaku usaha

kuliner tetap dituntut untuk selalu dapat menyesuaikan diri dalam menghadapi situasi apapun dengan mengeluarkan strategi baru agar dapat bertahan dengan terus berinovasi dalam menjalankan usaha yang dibentuk dengan tujuan agar terhindar dari kebangkrutan [3]. Sehingga inovasi sangat perlu dilakukan agar tidak kalah dalam bersaing dengan pelaku usaha bisnis kuliner yang baru muncul.

Peningkatan pembangunan tersebut juga diiringi oleh munculnya berbagai menu masakan baru yang berbeda dengan restoran-restoran yang sudah ada atau yang sudah lama berdiri. Menu dengan masakan-masakan yang muncul dapat menarik minat beli konsumen, apalagi saat ini banyak sekali restoran yang menggunakan nama menu secara unik atau malah biasanya tidak sesuai dengan nama makanan. Hal ini membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk ingin mencoba menu dalam restoran tersebut. Seperti nama menu minuman soda gembira, soda gembira itu sendiri adalah perpaduan dari soda putih di campur dengan gula sirup berwarna merah, susu kental manis, dan es batu. Nama menu masakan yang unik dan terdengar menyenangkan membuat konsumen penasaran dan akan memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian dan mencoba menu tersebut. Keunikan yang terjadi saat ini sudah sangat beragam, contoh diatas hanya satu contoh dari berbagai keunikan yang terjadi. Beragam keunikan yang di tonjolkan dari restoran tersebut dapat menjadi ciri khas restoran, namun berbagai keunikan tersebut tentu saja harus dibarengi dengan penjagaan kualitas makanan yang diberikan restoran untuk konsumen.

Kualitas makanan menjadi salah satu pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen [2]. Banyak konsumen yang menilai restoran dari kualitas makanan yang disajikan saja. Konsumen biasanya akan memesan menu yang paling sering dipesan atau paling banyak diminati untuk mengukur kualitas makanan dari restoran tersebut. Kualitas makanan dapat diukur dengan meliputi penyajian, variasi menu, kelezatan, kesegaran dan suhu [4]. Faktor kunci dalam kualitas makanan yang memiliki peran penting untuk mengevaluasi kriteria penilaian konsumen agar mereka dapat melakukan keputusan pembelian kembali dinilai dari kualitas makanan pada unsur kesegarannya [5]. Kesegaran bahan baku yang digunakan dalam makanan sangat berpengaruh dalam penilaian konsumen terhadap kualitas makanan suatu restoran. Sebuah restoran harus mampu menyiapkan makanan yang layak untuk dikonsumsi yang meliputi kesegaran bahan baku makanan itu sendiri. Kesegaran bahan baku juga menjadi penentu rasa dan kualitas makanan itu sendiri [6].

Keberagaman makanan yang muncul banyak yang tidak dibarengi dengan kesegaran makanannya. Banyak makanan-makanan yang beredar sekarang menggunakan bahan baku yang dibekukan. Memang hal tersebut menjadikan restoran lebih praktis saat akan mengolahnya. Namun bahan baku yang sudah dibekukan atau yang sudah lama disimpan di lemari es akan mengurangi kadar nutrisi dari bahan baku tersebut. Namun, saat ini banyak pelanggan atau konsumen yang tidak memikirkan kandungan nutrisi dalam makanan yang mereka konsumsi. Untuk saat ini banyak masyarakat memilih makanan yang unik dan praktis daripada makanan yang mengandung nutrisi. Sementara itu, tubuh juga harus diisi dengan nutrisi seimbang yang bertujuan untuk kesehatan manusia itu sendiri.

Namun, banyak juga masyarakat yang memilih restoran dengan mempertimbangkan kesegaran makanan itu sendiri. Konsumen pada umumnya menilai kualitas makanan yang mereka konsumsi berdasarkan atas kesegaran makanan itu sendiri, kesehatan dan penampilan makanan tersebut [1]. Konsumen yang tau akan pentingnya nutrisi yang terkandung dalam makanan akan dapat membedakan mana makanan yang *fresh* dan makanan yang tidak *fresh*. Karena makanan yang disajikan dengan bahan baku yang *fresh* akan berpengaruh pada rasa makanan itu sendiri. Sehingga penting bagi restoran untuk menyajikan makanan dengan bahan baku yang memiliki tingkat kesegaran yang baru agar konsumen dapat puas dan senang saat menikmati makanan tersebut.

Kesegaran yang terkandung dalam kualitas makanan itu sendiri sangat berpengaruh pada keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dalam menentukan pilihan yang mereka suka dari berbagai merek yang ada [6]. Proses pengambilan keputusan saat akan membeli barang sangat dipengaruhi oleh beraneka ragam sesuai dengan jenis keputusan pembelian [5]. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen menjadi keputusan terakhir dalam proses pembelian. Sehingga konsumen akan terlebih dahulu melihat kualitas-kualitas barang yang akan mereka beli. Dalam keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen pada rumah makan, konsumen akan melihat banyak kualitas yang diberikan. Seperti kualitas pelayanan, kualitas makanan, hingga kualitas restoran tersebut. Akan tetapi, dari banyaknya kualitas yang dinilai, konsumen akan berpaku pada kualitas makanan yang akan mereka konsumsi. Karena rumah makan atau restoran yang menyajikan makanan berkualitas akan dapat menjadi opsi utama konsumen saat ingin melakukan keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini menggunakan RM Sribu Asri 2 Kediri sebagai objek penelitian. Rumah makan ini beralamat di Jl. Raya Gampeng, RT.04/RW.03, Gampeng, Kec. Gampengrejo, Kabupaten Kediri. Rumah ini berdiri sejak tahun 2017. Rumah makan ini menyediakan berbagai macam olahan makanan. Mulai dari olahan ikan air tawar seperti: ikan gurami, bawal, patin. Dan juga terdapat olahan ikan laut seperti: udang, cumi, kerang kepiting. Hingga olahan makanan berbahan dasar ayam dan sayuran. Dalam rumah makan ini, pengolahan dari ikan air tawar tersebut diolah langsung dengan menjaga kesegaran ikan tersebut. Dengan cara rumah makan ini menyediakan kolam khusus ikan yang bertujuan agar saat ada konsumen yang membeli ikan tersebut baru diolah, hal ini dapat menjaga kualitas kesegaran ikan itu sendiri itu. Sehingga dalam pengolahan makanan rumah makan ini sangat menjaga kualitas makanan yang dijual.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membuat penelitian berbentuk artikel yang berjudul "Pentingnya Faktor Kesegaran Kualitas Makanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan".

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif adalah metode atau pendekatan yang digunakan untuk meneliti suatu variabel pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dapat dilakukan dengan tujuan yaitu untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai suatu variabel, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain.

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari metode *survey* dengan instrumen utama pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode tersebut dilakukan dengan membagikan sebuah angket kepada konsumen yang datang pada objek penelitian ini yaitu Rumah Makan Sribu Asri 2 Kediri. jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk pertanyaan dengan memiliki pilihan jawaban yang telah disiapkan. Sedangkan, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan mengolah data yang sudah ada seperti data yang diperoleh dari sumber lain di internet.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang pada rumah makan. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini yaitu sebanyak 40 responden/konsumen. Skor yang digunakan dalam kuesioner yang disebar akan ditetapkan menggunakan skala likert dengan pilihan lima alternatif jawaban. Skala likert adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Skala likert yang digunakan memiliki pilihan jawaban dari yang paling positif hingga negatif.

Tabel 1. Skala Likert

Tanggapan responden	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2015)

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan teknik sampling yang memberikan kesempatan untuk semua populasi dapat dipilih menjadi sampel. Metode pengumpulan sampel yang digunakan yaitu *sampling incidental*. *Sampling incidental* merupakan metode atau teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang saat itu ditemui oleh peneliti untuk digunakan sebagai sampel dengan syarat konsumen tersebut dipandang atau dirasa cocok sebagai sumber data.

Hasil data dari pengolahan kuesioner akan diolah dengan menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Statistik deskriptif adalah statistik yang

digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya dengan tujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini terdapat variabel residual yang memiliki distribusi normal. Uji ini dapat dilihat dengan melihat histogram, dengan dasar keputusan yaitu apabila titik-titik menyebarkan di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Data distribusi normal dapat dilihat dari grafik dengan memiliki dasar keputusan yaitu 1) jika data atau titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis, maka model regresi tersebut memenuhi normalitas, 2) jika data menyebar jauh dan tidak mengikuti arah garis, maka dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut tidak memenuhi normalitas.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolinearitas dalam suatu regresi adalah dengan melihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi perbedaan dari residual pengamatan satu dengan yang lain. Variasi residual yang berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi uji ini adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual atau variabel bebas (SRESID) dengan analisis, yaitu: 1) jika terdapat pola tertentu atau terdapat titik yang membentuk pola teratur maka dapat disimpulkan telah terjadi analisis heteroskedastisitas, 2) jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Model regresi linier berganda menggunakan rumus, berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi kesegaran terhadap keputusan pembelian

X_1 = variabel kesegaran

e = standard error

Uji koefisien determinasi pada model linier berganda akan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel terikat. Pada model linier berganda akan dapat dilihat besarnya kontribusi variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, untuk melihat besarnya koefisien determinasi dapat dilakukan dengan syarat, yaitu: 1) jika R^2 yang diperoleh mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa semakin kuat model tersebut dalam menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, 2) jika R^2 yang diperoleh mendekati 0, maka dapat disimpulkan akan semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji T. Uji T digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi variabel bebas dalam memberikan pengaruh pada variabel terikat secara parsial atau sendiri. Pada penelitian ini tidak menggunakan uji F, karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Sehingga, hanya menggunakan uji T saja. Uji T dilakukan dengan melihat nilai signifikansi $<0,05$ dan nilai t-hitung $>$ t-tabel maka hipotesis dapat diterima. Seluruh uji yang dilakukan menggunakan alat bantu *software* SPSS versi 23.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

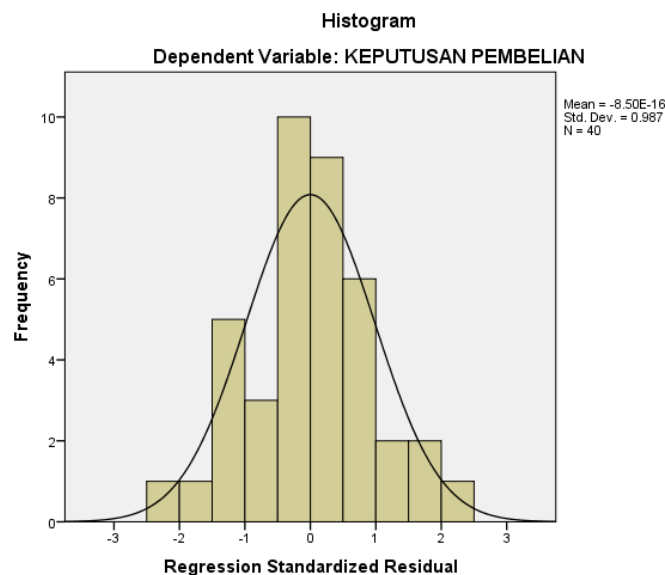
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KESEGARAN	40	21	38	30.55	3.863
KEPUTUSAN PEMBELIAN	40	22	39	31.48	3.769
Valid N (listwise)	40				

Sumber : *Output SPSS, 2023*

Dari data *output* yang diperoleh diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel kesegaran masuk dalam kategori netral, karena bila dilihat dari nilai rata-rata adalah 30,55. Hasil skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden belum tentu menggunakan variabel kesegaran dalam menentukan keputusan pembelian.

Selain itu, diperoleh pula nilai skor rata-rata dari variabel keputusan pembelian yaitu 31,48. Hasil skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa skor nilai rata-rata yang diperoleh variabel keputusan pembelian masuk dalam kategori baik.

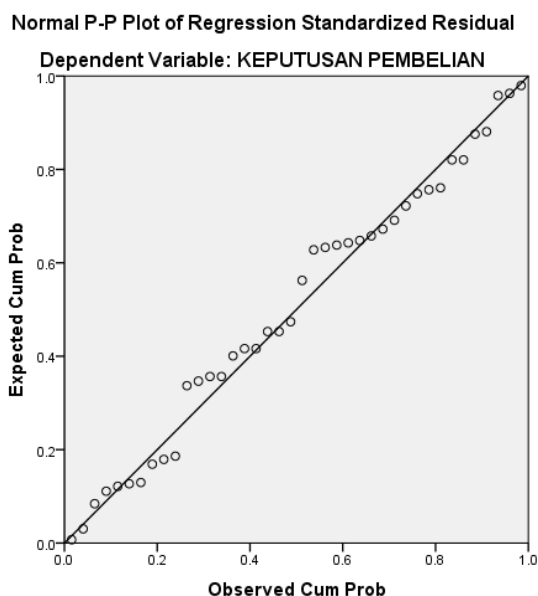
Hasil uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, sebagai berikut:



Sumber : *Output SPSS, 2023*

Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu dengan melihat histogram uji normalitas, dapat diketahui bahwa pola yang ditunjukkan oleh histogram melewati atau membawahi seluruh sumbu batang, sehingga menunjukkan pola distribusi normal.



Sumber : *Output* SPSS, 2023

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas *Probability Plots*

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa hasil analisis menggunakan SPSS untuk uji normalitas pada penelitian ini adalah data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi mampu memenuhi asumsi normalitas karena data dari hasil tanggapan responden mengenai variabel kesegaran dan keputusan pembelian adalah menyebar diantara garis diagonal.

Hasil uji uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas, sebagai berikut:

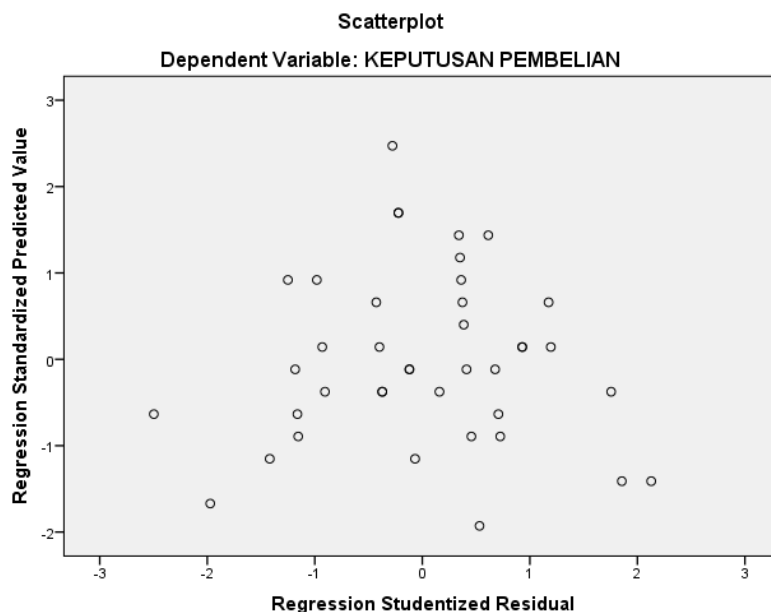
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	33.021	4.866		6.785	.000		
KESEGARAN	-.051	.158	-.052	-.320	.751	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
 Sumber : *Output* SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,10. Variabel kesegaran memiliki nilai *tolerance* sebesar 1,000 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,000. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak terkena masalah multikolinieritas.

Hasil uji uji asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:



Sumber : *Output SPSS, 2023*

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapatdiketahui bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini juga dapat disimpulkan bahwa data dari responden bahwa variabel kesegaran tidak memiliki standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap keputusan pembelian.

Hasil olah data dari analisis regresi linier berganda pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil analisis regresi linier berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.021	4.866		6.785	.000
	KESEGARAN	-.051	.158	-.052	-.320	.751

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
 Sumber : *Output SPSS, 2023*

Berdasarkan tabel 1, persamaan regresi linier berganda dapat disusun dengan $Y = 33,021 - 0,051 X_1$. Konstanta (a) bernilai positif sebesar 33,021. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Koefisien regresi kesegaran memiliki nilai -0,051. Nilai tersebut menunjukkan arah negatif atau berlawanan arah dengan variabel terikat. Hal ini dapat diartikan dengan apabila variabel kesegaran mengalami kenaikan sebanyak 1% maka variabel keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,051.

Hasil olah data dari uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.052 ^a	.003	-.024	3.813	1.233

a. Predictors: (Constant), KESEGARAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6, hasil uji koefisien determinasi dari penelitian ini diperoleh sebesar -0,024. Dari hasil yang didapatkan dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah negatif. Jika dalam uji empiris nilai *Adjusted R Square* bernilai negatif, maka nilai *Adjusted R Square* dianggap bernilai 0 atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen [9]. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kesegaran tidak berpengaruh pada variabel keputusan pembelian, karena hasil uji koefisien determinasinya negatif.

Tabel 6. Hasil Uji T (Signifikansi Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.021	4.866		6.785	.000
	KESEGARAN	-.051	.158	-.052	-.320	.751

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji T diatas nilai yang didapatkan dari hasil analisis yaitu -0,320. Nilai uji T dikatakan berpengaruh secara parsial signifikan yaitu apabila nilai t hitung > t tabel dan signifikansi kurang dari 0,05. Dari uji t penelitian ini dapat disimpulkan bahwa signifikansi variabel kesegaran $0,751 \geq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini ditolak. Pengujian hipotesis menggunakan uji t pada penelitian ini yaitu $-0,052 \leq 2,028$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kesegaran tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Dari berbagai uji yang digunakan untuk mengolah hasil kuesioner di dapatkan bahwa statistik deskriptif yang didapatkan oleh variabel kesegaran memiliki nilai skor rata-rata yang cukup. Dengan artian bahwa konsumen tidak selalu menentukan keputusan pembelian dengan melihat variabel kesegaran saja. Dan didapatkan pula nilai rata-rata variabel keputusan pembelian dengan skor yang baik. Pada uji asumsi klasik yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan yaitu pada uji normalitas variabel penelitian ini mampu memenuhi asumsi normalitas dengan pembuktian bahwa data dari hasil kuesioner yang disebar dapat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, serta dapat dibuktikan dengan pola histogram yang mampu melewati atau membawahi selurus sumbu batang sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal. Pada uji multikolinieritas didapatkan bahwa data yang diolah tidak mengalami atau tidak terjadi multikolinieritas. Pada uji heteroskedastisitas didapatkan bahwa tidak terdapat pola tertentu serta titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada uji analisis linier berganda didapatkan hasil bahwa apabila terjadi kenaikan pada variabel kesegaran sebanyak 1% tidak berpengaruh pada keputusan pembelian karena hasil uji analisis linier berganda pada variabel kesegaran adalah negatif. Pada hasil uji koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* yang didapatkan adalah negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kesegaran tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari kuesioner yang dibagikan terdapat hasil gambaran umum responden yang memberi tanggapan. Gambaran umum responden tersebut berdasarkan usia dan jenis kelamin. Pada kategori usia didapatkan responden dengan umur 17-24 tahun sebanyak 28%, 25-30 tahun sebanyak 40%, dan >30 tahun sebanyak 32%. Pada kategori jenis kelamin didapatkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40% dan perempuan sebanyak 60%.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya berpacu pada satu variabel atau satu pengaruh saja. Meskipun variabel kesegaran menjadi faktor penting dalam kualitas makanan, akan tetapi tidak semua konsumen menggunakan kesegaran dalam menentukan keputusan pembelian. Frekuensi umur responden yang paling besar dalam pengisian kuesioner ini adalah 25-30 tahun dengan frekuensi sebanyak 40%. Responden dengan rentang umur tersebut sering melakukan keputusan pembelian dengan melihat suasana yang diberikan oleh rumah makan. Seperti: untuk saat ini dengan rentang umur tersebut banyak yang sudah memiliki anak sehingga konsumen akan memilih rumah makan yang nyaman dan ramah dengan anak – anak, selain itu konsumen dengan rentang umur tersebut juga sering memilih makanan dengan menilai pemandangan apa yang disajikan rumah makan tersebut.

Sama halnya dengan objek penelitian ini yaitu Rumah Makan Sribu Asri 2. Rumah makan ini menjaga kesegaran bahan bakunya dengan cara mengolah ikan sesuai dengan pesanan sehingga ikan yang diolah masih dalam keadaan segar. Namun, banyak konsumen yang datang tanpa menilai dari kesegaran bahan baku tersebut. Konsumen datang dengan alasan karena terdapat lesehan yang tentu saja sangat ramah untuk anak-anak, sehingga konsumen bisa menikmati portuk. Selain alasan tersebut konsumen juga datang dengan tujuan untuk menikmati hidangan olahan ikan dengan pemandangan sungai air brantas dan juga sawah. Dari kedua alasan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan responden dengan frekuensi umur 25 – 30 tahun menentukan keputusan pembelian dengan melihat fasilitas apa yang didapatkan dari rumah makan tersebut.

Berdasarkan jenis kelamin kuesioner yang disebar memiliki frekuensi terbanyak adalah jenis kelamin perempuan yaitu sebesar 60%. Karakteristik perempuan dalam memilih rumah makan atau restoran tentu saja sangat berbeda dengan laki-laki. Jenis kelamin laki-laki biasanya memilih tempat untuk makan dengan asal saja atau dimana mereka menemukan rumah makan atau restoran mereka memilih membeli makan disana, tanpa memikirkan hal-hal lain seperti kesegaran bahan baku makanan tersebut. Namun, bila perempuan memiliki karakteristik yang lebih detail daripada laki-laki. Dalam pemilihan rumah makan perempuan akan melihat terlebih dahulu atau mencari informasi terlebih dahulu mengenai rumah makan tersebut sebelum melakukan keputusan pembelian. Dalam menentukan keputusan pembelian perempuan lebih banyak yang memilih tempat yang nyaman untuk bercengkrama dengan teman-temannya, sehingga tidak asal memilih. Selain itu saat ini banyak perempuan yang memilih rumah makan atau restoran dengan melihat pemandangan yang diberikan. Karakteristik perempuan dalam menentukan keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh orang disekitarnya. Seperti: ada seorang teman yang menyarankan sebuah rumah makan karena memiliki citarasa yang enak, memiliki pemandangan yang bagus sehingga mereka tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Citarasa berpengaruh dalam pemilihan rumah makan, karena citarasa yang menjadi pembeda rasa makanan dan minuman suatu rumah makan dengan rumah makan lain [10].

Variabel kesegaran dalam kualitas makanan tidak selalu menjadi faktor penting dalam penentuan keputusan pembelian. Konsumen beranggapan bahwa rumah makan sama saja dengan rumah makan lain, sehingga banyak konsumen dalam memutuskan keputusan pembelian tidak melihat kualitas makanan rumah makan tersebut karena konsumen lebih melihat desain interior dan eksterior rumah makan tersebut [11]. Selain itu, banyak konsumen yang memiliki tanggapan berbeda sebagai keputusan pembelian, banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian yang tidak berdasarkan kesegaran tetapi memilih dengan selera dan dorongan dari pribadi konsumen masing-masing [12]. Sehingga dapat disimpulkan kesegaran dalam kualitas makanan belum menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian pada rumah makan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu-Dabu Lemong Resto Dan *Coffee* Kawasan Megamas Di Manado" oleh Winarsih et al. yang menemukan bahwa kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [11].

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pentingnya faktor kesegaran dalam kualitas makanan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen rumah makan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan berikut ini: 1) variabel kesegaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di

Rumah Makan Sribu Asri 2, 2) variabel kesegaran tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Sribu Asri 2 Kediri, 3) konsumen rumah makan belum terlalu peduli atau menggunakan variabel kesegaran bahan baku yang digunakan untuk melakukan keputusan pembelian di rumah makan, 4) konsumen lebih berpacu pada desain interior, eksterior, dan citarasa saat memilih rumah makan untuk melakukan keputusan pembelian, 5) konsumen beranggapan bahwa kesegaran dalam kualitas makanan tidak menjadi penentu dalam keputusan pembelian.

Implikasi pada penelitian ini adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Anita Carolina dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Pada Kepuasan Konsumen K-Sushi" yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut tidak searah dengan penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini mendapatkan hasil yaitu variabel kesegaran dalam kualitas makanan tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan.

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu memperluas variabel bebas yang digunakan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini masih banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada rumah makan dengan mempertimbangkan banyak variabel atau faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Seperti variabel harga, variabel *store atmosphere*, variabel tempat, dan masih banyak lagi.

Saran untuk rumah makan yaitu sebaiknya dalam melakukan promosi dicantumkan juga edukasi mengenai kesegaran bahan baku yang digunakan, sehingga konsumen juga dapat memikirkan nutrisi yang terkandung dalam makanan yang mereka konsumsi.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Carolina A. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan pada Kepuasan Konsumen K-Sushi. *J Mhs Manaj Bisnis*. 2019;7(2):7.
- [2] Dewa CB. Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto And Coffe. *Khasanah Ilmu - J Pariwisata Dan Budaya*. 2019;10(1).
- [3] Adiristi SP, Hermawan Y. Strategi Bertahan Usaha Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *J Cendekiawan Ilm PLS [Internet]*. 2022;7(1):1–7. Available from: <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>.
- [4] Ishak RP, Utami NR, Kurniawan T. Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Hotel Salak The Heritage Bogor. *J Kaji Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*. 2023;3(3):206–11.
- [5] Apriyadi A, Muslihat A, Siregar S. Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. *Forum Ekon [Internet]*. 2021;23(3):421–30. Available from: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Forumekonomi>.
- [6] Lesiangi WA. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Price Fairness, Dan Lingkungan Restoran Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi 2021; Available from: [http://e-journal.uajy.ac.id/24373/%0Ahttp://e-journal.uajy.ac.id/24373/3/16 03 229531.pdf](http://e-journal.uajy.ac.id/24373/%0Ahttp://e-journal.uajy.ac.id/24373/3/16%203%20229531.pdf).
- [7] Kotler P, Keller KL. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jilid 1. Erlangga; 2014.
- [8] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta; 2015.
- [9] Muliaturrohman Ikhwan A, Paramita I, Sunaryo K. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Sustainability Report Sebagai Variabel Intervening. *JRB-Jurnal Ris Bisnis*. 2019;2(2):147–69.
- [10] Prakoso C, Budiono. Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun. *e-Proceeding Appl Sci*. 2020;6(2):1334–40.
- [11] Winarsih R, Mandey SL, Wenas RS. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt*. 2022;10(3):388.
- [12] Hakimah EN, Prakoso MFA. . Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kembang Sore Di Pujon Malang. *Semin Nas ... [Internet]*. 2021;1021–7. Available from: <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/774>.