

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DISKON TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN SABOTEN SHOKUDO KECAMATAN KLOJEN KOTA MALANG

Renie Resha Ekawati, Siti Saroh, Daris Zunaida

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: renie.resha@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan kualitas pelayanan pada perusahaan terus berkembang seiring perkembangan zaman. Perusahaan harus melakukan strategi pemasaran agar dapat bertahan menghadapi persaingan di zaman milenial ini. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan harga diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di restoran Saboten Shokudo kecamatan Klojen Kota Malang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan dan harga diskon terhadap minat beli di restoran Saboten Shokudo kecamatan Klojen Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di restoran Saboten Shokudo kecamatan Klojen Kota Malang sebanyak 78 responden yang ditentukan dengan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, untuk menguji hipotesis setiap variabel bebas digunakan uji t dan untuk menguji hipotesis variabel secara simultan digunakan uji F. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan harga diskon berpengaruh signifikan terhadap minat beli di restoran Saboten Shokudo kecamatan Klojen Kota Malang.

Kata kunci: Zaman Milenial, Harga Diskon, Saboten Shokudo, Malang

ABSTRACT

The problem of service quality in the company continues to grow along with the times. Companies must carry out marketing strategies in order to survive facing competition in this millennial era. The problems in this research are whether the quality of service and discount prices have a positive and significant influence towards the buying interest in Saboten Shokudo restaurant Klojen district, Malang. The purpose of this research are to find out how many influence of variables of service quality and discounted prices of buying interest in the Saboten Shokudo restaurant Klojen district, Malang. The type of this research is descriptive statistical research with quantitative approach. Samples taken in this research were consumers in Saboten Shokudo restaurant, Klojen district, Malang as much as 78 respondents determined by accidental sampling technique. Data collectig techniques used questionnaires have been tested for validity and reliability. Data analysis technique used is multiple linear regression, to test the hypothesis of every independent variable used the t test and to test the hypothesis variable simultaneously used the F test. The results of this research are the variable quality of service and discount prices significantly influence buying interest in Saboten Shokudo restaurant, Klojen district, Malang.

Keywords: Millennial Age, Discount Price, Saboten Shokudo, Malang.

LATAR BELAKANG

Suatu perusahaan memerlukan strategi untuk dapat menjual produk ataupun jasa yang dihasilkannya. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat bertahan menghadapi persaingan di zaman milenial ini.

Tidak hanya pelayanan secara langsung, namun juga pelayanan secara *online*. Dimana saat ini konsumen banyak yang menggunakan media sosial sebagai gaya hidup mereka.

Penggunaan media sosial di Indonesia semakin berkembang pesat, sebut saja *Facebook*,

Twitter, Instagram dan masih banyak lagi. Cara ini juga dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Melihat peluang pasar yang begitu besar di Instagram, tidak heran jika semakin banyak bisnis yang melebarkan sayap atau beralih ke Instagram. Bahkan mereka mengurus akun Instagramnya dengan sangat baik dan apik. Salah satu yang menggunakan promosi melalui media sosial Instagram adalah Restoran Saboten Shokudo yang bergerak di bidang kuliner.

Restoran Saboten Shokudo adalah restoran yang mempunyai konsep masakan Jepang dan mempunyai harga yang bisa dibilang terjangkau, khususnya kalangan mahasiswa dibanding dengan restoran-restoran Jepang lainnya yang ada di Malang. Saboten Shokudo memiliki tiga outlet di Kota Malang, satu outlet di Surabaya dan satu outlet di Tarakan, Kalimantan Timur.

Restoran Saboten Shokudo didirikan oleh empat orang yang bekerja sama dalam bisnis kuliner masakan Jepang, salah satunya adalah Siti Hamja Nia atau biasa dipanggil Bu Nia. Beliau dan kedua temannya memulai usahanya pada tahun 2006. Usahanya untuk mencari modal berlangsung sekitar 4 sampai 6 bulan, dengan modal seadanya itu kemudian digunakan untuk membeli kursi, meja, peralatan masak bekas yang masih layak untuk perabotan restorannya.

Setelah berhasil mendirikan restoran pertama yang berada di Jl. Jakarta, Kota Malang, Jawa Timur. Bu Nia dan kedua temannya mendapatkan penghasilan awal hanya sekitar Rp.200.000,-, hal ini disebabkan oleh susahnyanya mengedukasi ke konsumen tentang produk masakan Jepang yang dijualnya. Konsumen memandang masakan Jepang adalah masakan mentah dan mahal.

Ajay dan Goodstein dikutip oleh Rahma (2007:33), mengatakan bahwa jika kita ingin mempengaruhi seseorang, maka cara terbaik adalah mempelajari apa yang dipikirkannya, dengan demikian akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentang orang itu tentu lebih bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini dinamakan "*The Buying Process*" (Proses Pembelian). Menurut proses pembelian meliputi lima hal: (1) *Need* (Kebutuhan), (2) *Recognition* (Pengenalan), (3) *Search* (Pencarian), (4) *Evaluation* (Evaluasi), (5) *Decision* (Keputusan). Lima tahap diatas merupakan suatu proses dimana kita dapat memberikan suatu informasi persuasif yang spesifik untuk mempengaruhinya.

Akhirnya Bu Nia dan kedua temanya memperkenalkan atau memasarkan produk ke depannya, dengan memanfaatkan Facebook, Twitter dan sampai saat ini Instagram. Salah satu

strategi restoran Saboten Shokudo untuk menarik minat pembeli adalah memberikan diskon harga. Para konsumen bisa menikmati diskon harga tersebut dengan syarat memposting ulang postingan tersebut melalui media sosial Instagram, terkadang juga dengan syarat mengomentari postingan diskon harga tersebut dengan komentar unik.

Restoran Saboten Shokudo memberikan diskon harga dengan jumlah yang terbatas untuk mengantisipasi terjadinya antrian panjang. Dari postingan-postingan inilah pihak restoran dapat mengetahui minat beli para konsumen. Restoran Saboten Shokudo juga harus mempertahankan kualitas pelayanan yang baik, tanpa melihat konsumen itu membayar dengan harga normal atau harga diskon.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga diskon mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen. Karena dalam proses minat membeli terdapat evaluasi dan pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian. Ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada ketidakpuasan konsumen dan membuat konsumen memutuskan untuk membeli kepada pesaing. Hal ini berarti minat membeli konsumen akan berkurang atau menurun, begitupun sebaliknya.

Permasalahan inilah yang kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, apakah adanya harga diskon di restoran Saboten Shokudo mampu menarik minat beli konsumen. Juga bagaimana kualitas pelayanan di restoran Saboten Shokudo disaat ada harga diskon.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Diskon terhadap Minat Beli di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang**".

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang?
2. Apakah harga diskon berpengaruh terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga diskon secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang.

2. Mengetahui pengaruh harga diskon terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga diskon secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang.

PENELITIAN TERDAHULU

Reza Dimas Sigit, dkk (2014), dengan judul “Pengaruh kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi pada IFI Futsal Bandung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di IFI Futsal Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability* sampling jenis *convenience sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Kesimpulan penelitian kualitas pelayanan di IFI Futsal Bandung masuk kedalam kategori cukup baik. Jadi lakukan perbaikan seperti pelayanan yang diberikan, kelengkapan fasilitas dan lain-lain.

Ida Ayu Inten Surya Utami, dkk (2015), dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur”. Tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis 1) pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur. 2) Perbedaan tingkat kepuasan antara pelanggan laki-laki dengan pelanggan perempuan. Desain penelitian menggunakan metode asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 115 yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan regresi linier berganda dan Man-Whitney.

Januar Efendi Panjaitan, dkk (2016), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda.

Aptaguna A., dkk (2016), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”. Penelitian ini bertujuan menganalisa dampak kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli GO-JEK. GO-JEK adalah jasa transportasi berbasis aplikasi *online*. Pada penelitian ini layanan GO-JEK dikhususkan

pada layanan *GO-ride* di kalangan mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Tangerang Selatan. Responden penelitian ini adalah 100 mahasiswa yang dipilih secara acak (*random sampling*). Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Data dari kuesioner yang sudah diisi kemudian diolah dengan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jasa GO-JEK *GO-ride*. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli jasa GO-JEK *GO-ride*.

Perbedaan terdapat pada variabel yang digunakan oleh keempat penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel bebas sedangkan peneliti menggunakan dua variabel bebas. Penelitian terdahulu yang pertama menggunakan analisis regresi linier sederhana sedangkan peneliti menggunakan regresi linier berganda.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas telah dikemukakan oleh banyak pakar dengan berbagai macam sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Menurut Tjiptono (2005:2), beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan di setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan konsumen.

Sikap tanggap kepada konsumen dalam manajemen modern saat ini telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan terbaik yang disebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang dikemukakan oleh Barata (2003:27), adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaannya”.

Nasution (2004:47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, Tjiptono (2005:85). Penilaian dan penentuan kualitas pelayanan bukanlah dari pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan persepsi konsumen, karena konsumenlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan.

Setiap perusahaan yang mengikuti perkembangan jaman pasti akan mengedepankan atau memperbaiki kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Parasuraman (2001:26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yaitu :

1) Responsiveness (daya tanggap)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya.

2) Assurance (jaminan),

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah tamah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel maupun menghilangkan keraguan-keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

3) Tangibles (bukti fisik).

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

4) Empathy (empati),

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

5) Reliability (kehandalan),

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan tiap waktu.

Indikator di atas yang digunakan sebagai instrumen kuesioner dalam penelitian.

Harga Diskon

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya mempresentasikan biaya.

Menurut Carthy yang dikutip oleh Arif Isnaini (2005:89), diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri.

Menurut Herman (2013:64), ada beberapa macam jenis diskon, yaitu :

- a. Diskon kuantitas (*quantity discount*)
- b. Diskon musiman (*seasonal discount*)
- c. Diskon tunai (*cash discount*)
- d. Diskon perdagangan (*trade discount*)

Indikator di atas kecuali yang diskon perdagangan, disusun menjadi instrumen kuesioner dalam penelitian ini untuk variabel harga.

Minat Beli

Menurut Kinner dan Taylor dalam Dwiyaniti (2008:20), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Adanya perbedaan antara pembelian aktual dan minat pembelian ulang. Bila pembelian-pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka niat pembelian ulang adalah untuk melakukan pembelian kembali pada kesempatan yang akan datang.

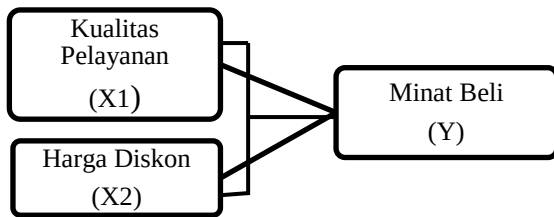
Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:15), minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Suatu produk dikatakan sudah dikonsumsi oleh konsumen apabila konsumen tersebut telah memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Menurut Ferdinand dalam Dwiyaniti (2008:22), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu seseorang yang mempunyai kecenderungan untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu seseorang yang mempunyai kecenderungan untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat prefrensial, yaitu gambaran dari perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi ini hanya bisa diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
- 4) Minat eksploratif, gambaran dari perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Indikator minat beli di atas disusun menjadi instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

Berdasarkan tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dijelaskan, penulis mencoba untuk menguraikan apakah terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Maka kerangka dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Konseptual Penelitian
 Sumber : berdasarkan data diolah 2019

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas pelayanan mempengaruhi Minat beli

H2 : Harga diskon mempengaruhi Minat beli

H3 : Kualitas Pelayanan dan Harga diskon secara bersama-sama mempengaruhi Minat beli.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di restoran Saboten Shokudo kecamatan Klojen Kota Malang sebanyak 78 responden yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penilaian kuesioner menggunakan skala interval 1-5 semakin besar maka persepsi responden semakin positif terhadap pernyataan dalam kuesioner tersebut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data multiple linear regression adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi sering disebut variabel bebas, variabel independen atau variabel penjelas. Variabel yang dipengaruhi sering disebut dengan variabel terikat atau variabel dependen. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada kuesioner valid dan reliable. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel maka digunakan Uji hipotesis secara simultan dan parsial pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$). uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi pada F-statistik dan t-statistik. Jika nilai signifikansi pada F-statistik dan t-statistik tidak lebih dari 0.05 maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi pada F-statistik dan t-statistik lebih besar dari 0.05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi variabel kualitas pelayanan tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi pula minat beli konsumen pada di restoran Saboten Shokudo. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Dengan demikian hipotesis pertama dinyatakan diterima (H1).

Pengaruh harga diskon terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara parsial variabel harga diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi variabel harga harga diskon tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi pula minat beli konsumen pada restoran Saboten Shokudo. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Dengan demikian hipotesis kedua dinyatakan diterima (H2).

Pengaruh secara bersama kualitas pelayanan dan harga diskon terhadap minat beli konsumen di restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara simultan (bersamaan) variabel kualitas pelayanan dan harga diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi variabel kualitas pelayanan dan harga diskon tersebut maka mengakibatkan semakin tinggi pula minat beli konsumen pada restoran Saboten Shokudo. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Dengan demikian hipotesis ketiga dinyatakan diterima (H3).

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	18.831	1.606		11.726	0.000
	KUALITAS PELAYANAN (X1)	0.088	0.049	0.211	2.796	0.007
	DISKON (X2)	0.012	0.064	0.023	2.195	0.046

a. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 16, 2019

Tabel 2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1.278	2	0.639	12.659	0.000
	Residual	28.876	75	0.385		
	Total	30.154	77			

a. Predictors: (Constant), DISKON (X2), KUALITAS PELAYANAN (X1)

b. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

Sumber : Data diolah SPSS 16, 2019

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga diskon terhadap minat beli pada restoran Saboten Shokudo, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Hasil pengujian parsial yang dilakukan pada hipotesis pertama, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada restoran Saboten Shokudo.
- 2) Hasil pengujian secara parsial yang dilakukan pada hipotesis kedua, dapat diketahui bahwa variabel harga diskon juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di restoran Saboten Shokudo.
- 3) Hasil pengujian secara simultan yang dilakukan pada hipotesis ketiga, dapat diketahui bahwa secara bersamaan variabel kualitas pelayanan dan harga diskon berpengaruh signifikan terhadap minat beli di restoran Saboten Shokudo.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A Valerie, Parasuraman. 2001. *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh Sutanto). New York. The Free Press.
- Isnaini, Arif. 2005. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makasar: Ntp Press.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Herman, et al. 2013. *Epidemiology of stroke in Tilburg. The Netherlands American Heart Association*.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi V. Yogyakarta: Ekonisia
- Kotler, Philip & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. (Bob Sabran. Terjemahan). Jakarta : Erlangga.
- Nasution, Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Skripsi, disertasi, tesis

- A., Aptaguna., Pitaloka, E. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya.
- Ayu Inten S.U, Ida., I Made Jatra. 2015. *Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Dimas Sigit P, Reza., Farah Oktafani. 2014. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Pada IFI Futsal Bandung)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.
- Dwiyanti, Esthi. 2008. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli konsumen Terhadap Layanan Internet*

Banking Mandiri. Tesis. Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Diponegoro.