

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

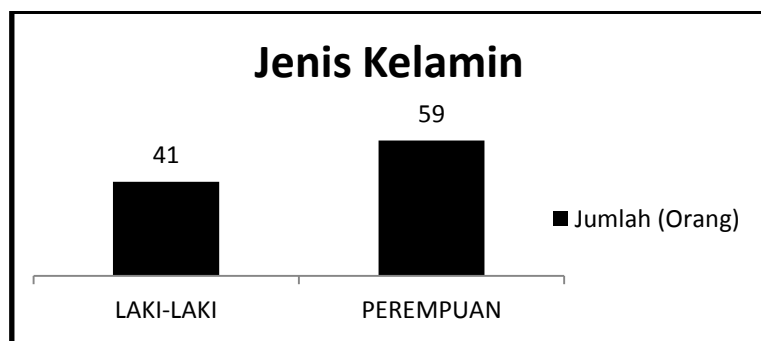
4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah gambaran data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro dengan menggunakan teknik sampling purposive. Berdasarkan teknik tersebut. Maka diambil 100 responden yang berstatus konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

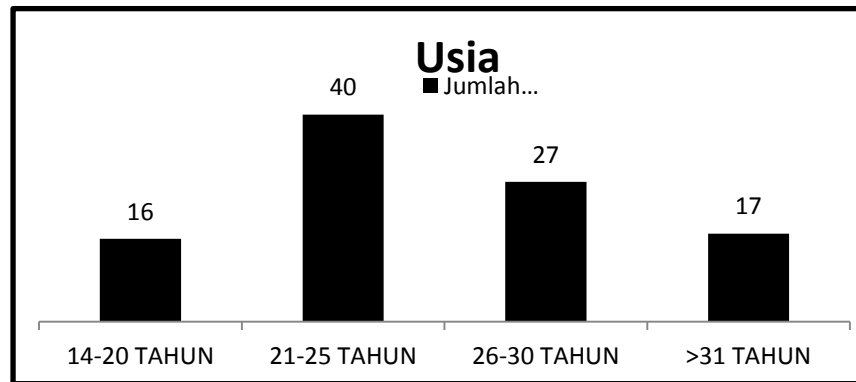


Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 41 orang dan perempuan sebanyak 59 orang dengan demikian dapat disimpulkan pada penelitian ini konsumen RM. Ayam Bakar

Pak Gendut Kota Metro didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 orang.

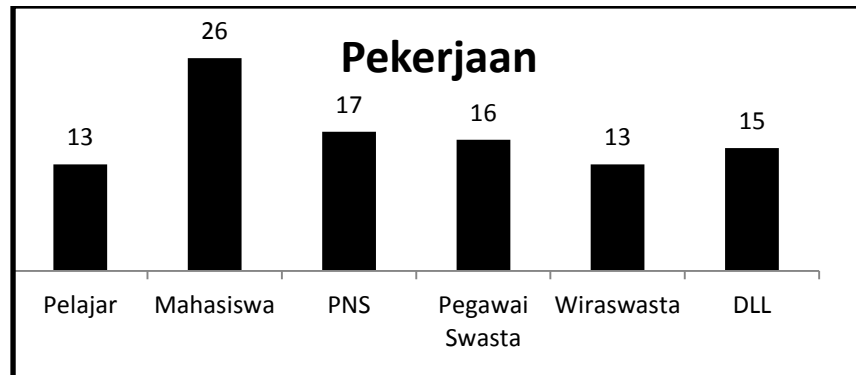
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari hasil gambar 4.2 diatas dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan usia 14-20 tahun sebanyak 16 orang, usia 21-25 tahun sebanyak 40 orang, usia 26-30 tahun sebanyak 27 orang dan usia >31 tahun sebanyak 17 orang. Demikian dapat disimpulkan pada penelitian ini konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro didominasi oleh responden usia 21-25 tahun sebanyak 40 orang.

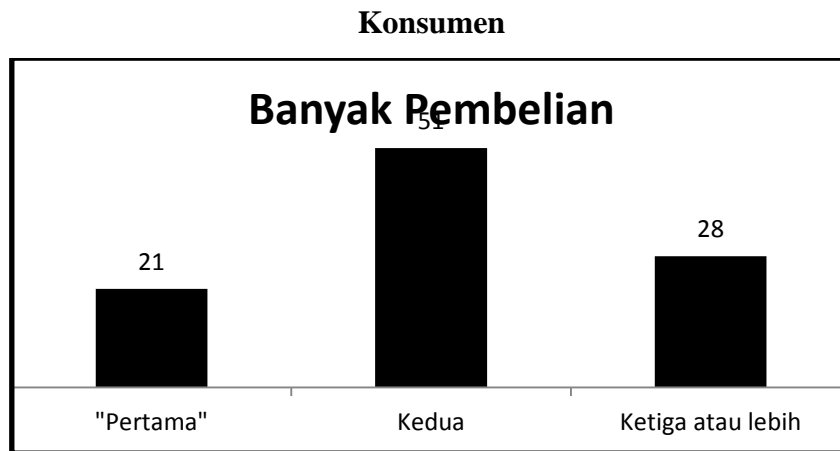
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari hasil gambar 4.3 diatas dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 13 orang, mahasiswa sebanyak 26 orang, PNS sebanyak 17 orang, pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 16 orang, wiraswasta sebanyak 13 orang dan pekerjaan lainnya sebanyak 15 orang. Demikian dapat disimpulkan pada penelitian ini konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 26 orang.

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian



Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari hasil gambar 4. diatas dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan banyaknya responden yang melakukan pembelian pertama kali sebanyak 21 orang, kedua kali sebanyak 51 orang, dan yang melakukan pembelian sebanyak tiga kali atau lebih sebanyak 28 orang. Demikian dapat disimpulkan pada penelitian ini konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro didominasi oleh responden yang melakukan pembelian kedua sebanyak 51 orang.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban mengenai kuisioner yang disebar kepada 100 responden, sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1	Ukuran ayam yang di sajikan pas untuk porsi konsumen..	13	13.0	56	56.0	29	29.0	2	2.0	0	0
2	Menu ayam bakar memiliki tingkat kematangan yang pas.	24	24.0	41	41.0	31	31.0	4	4.0	0	0
3	Penyajian dalam pelayanan di Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Metro cepat dan terjaga kebersihannya.	36	36.0	31	31.0	23	23.0	7	7.0	3	3.0
4	Kualitas rasa ayam bakar yang di sajikan selalu pas di lidah konsumen.	28	28.0	46	46.0	19	19.0	5	5.0	2	2.0
5	Menu Ayam Bakar disajikan dalam keadaan fresh.	25	25.0	43	43.0	31	31.0	1	1.0	0	0
6	Kualitas ayam yang disajikan berkualitas baik dan dapat diandalkan.	19	19.0	38	38.0	35	35.0	8	8.0	0	0
7	Rm. Ayam bakar Pak Gendut Metro memberikan jaminan penggantian untuk produk	12	12.0	40	40.0	34	34.0	10	10.0	4	4.0

	yang tidak sesuai di lidah konsumen.										
8	Tampilan dalam penyajian menu ayam bakar menarik untuk konsumen	14	14.0	42	42.0	36	36.0	6	6.0	2	2.0
9	Dalam penyajian menu selalu menyajikan menambahkan (lalapan, sambal dan sayur asem)	16	16.0	39	39.0	30	30.0	12	12.0	3	3.0
10	Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Metro mampu memberikan kualitas rasa sesuai keinginan konsumen	22	22.0	42	42.0	23	23.0	10	10.0	3	3.0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari table 4.1 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden pernyataan 4 mengenai “Kualitas rasa ayam bakar yang di sajikan selalu pas di lidah konsumen.” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28 orang atau 28%, sedangkan pernyataan 7 dan 9 mengenai " Rm. Ayam bakar Pak Gendut Metro memberikan jaminan penggantian untuk produk yang tidak sesuai di lidah konsumen” dan “Dalam penyajian menu selalu menyajikan menambahkan (lalapan, sambal dan sayur asem)” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju masing-masing sebanyak 12 orang atau 12%.

7	sesuai dengan manfaatnya untuk mengenyangkan perut.	17	17.0	28	28.0	41	41.0	13	13.0	1	1.0
8	Produk dari Rm. Ayam bakar Pak Gendut menawarkan harga lebih murah dan mempunyai banyak varian menu cocok untuk acara kumpul bersama keluarga dan teman-teman.	17	17.0	44	44.0	30	30.0	8	8.0	1	1.0

Sumber: Hasil Data Diolah Tahun 2017

Dari table 4.2 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden pernyataan 6 mengenai “Menu ayam bakar yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar di kota Metro” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33 orang atau 33%, sedangkan pernyataan 4 mengenai “Kualitas produk menu ayam bakar sesuai dengan jumlah harga yang di berikan ke konsumen” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13%.

Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban									
		SS	%	S	%	RG	%	T S	%	ST S	%
1	Kualitas produk menu ayam bakar mempengaruhi minat beli ulang anda di Rm. Ayam Bakar Pak Gendut.	11	11.0	39	39.0	42	42.0	6	6.0	2	2.0
2	Harga produk menu ayam bakar mempengaruhi minat beli ulang anda di Rm. Ayam Bakar Pak Gendut.	14	14.0	37	37.0	36	36.0	6	6.0	1	1.0

mengenai harga produk yang di tawarkan Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro	11	11.0	42	42.0	33	33.0	10	10.0	4	4.0
---	----	------	----	------	----	------	----	------	---	-----

Sumber : Hasil Data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.3 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden pernyataan 3 dan 7 mengenai “Anda tidak ragu untuk merekomendasikan menu ayam bakar karna kualitas produk yang di tawarkan Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro kepada teman dan keluarga anda” dan “Anda selalu mencari informasi mengenai kualitas produk yang di tawarkan Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro “ mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju masing-masing sebesar 24 orang atau 44%, sedangkan pernyataan 1 dan 8 mengenai “Kualitas produk menu ayam bakar mempengaruhi minat beli ulang anda di Rm. Ayam Bakar Pak Gendut” dan “Anda selalu mencari informasi mengenai harga produk yang di tawarkan Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau 11%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0. Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah :

Bila probabilitas (*sig*) < 0,05 maka instrument valid

Bila probabilitas (*sig*) > 0,05 maka instrument tidak valid

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Butir Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,001	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 2	0,002	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 4	0,001	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 5	0,002	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 6	0,002	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 7	0,001	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 10	0,001	0,05	Sig < alpha	Valid

Sumber: Hasil Data diolah Tahun 2017

Berdasarkan pada tabel 4.4 hasil uji validitas untuk variabel kualitas produk (X1) sebanyak 10 pernyataan diperoleh nilai Sig < Alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel kualitas produk (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Butir Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid

Sumber : Hasil Data Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji untuk pernyataan variabel penetapan harga (X2) sebanyak 4 pernyataan diperoleh nilai Sig < Alpha (0,05) sehingga dapat

disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel harga (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Butir Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 3	0,001	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid

Sumber : Hasil Data Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji untuk pernyataan variabel minat beli ulang (Y) sebanyak 8 pernyataan diperoleh nilai Sig < Alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel minat beli ulang (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20.0 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner digunakan dengan menggunakan *Alpha cronbach* Hasil uji reliabilitas dikonsultasikan dengan daftar nilai r alpha indeks korelasi :

Tabel 4.7 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2011, 184)

Berdasarkan tabel 4.7 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.772	Tinggi
Harga (X2)	0.935	Sangat Tinggi
Minat Beli Ulang (Y)	0,914	Sangat Tinggi

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji reliabilitas dengan nilai tertinggi adalah Harga (X2) sebesar 0,935 dan nilai reliabilitas terendah adalah kualitas Produk (X1) sebesar 0.772.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah data yang digunakan terdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

Rumusan hipotesis:

Ho : Data terdistribusi normal.

Ha : Data terdistribusi tidak normal.

Dengan kriteria :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 (alpha) maka Ho diterima, Ha ditolak
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 (alpha) maka Ho ditolak, Ha diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,214	0,05	Sig > Alpha	Normal
Harga (X2)	0,621	0,05	Sig > Alpha	Normal
Minat Beli Ulang (Y)	0,351	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* (KS) untuk variabel kualitas produk sebesar 0,214, harga sebesar 0,621 dan minat beli ulang sebesar 0,351 masing – masing mendapatkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan seluruh variabel berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Homogenitas

Berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi dengan varians homogen atau tidak homogen.

Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,214	0,05	Homogen
Harga (X ₂)	0,058	0,05	Homogen

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari hasil perhitungan uji homogenitas dapat dilihat nilai sig untuk kualitas produk (X₁) diperoleh sebesar 0,214 dan variabel penetapan harga (X₂) diperoleh sebesar 0,058 dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig > 0,05 yang berarti bahwa varians populasi adalah homogen.

4.3.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

Rumusan hipotesis:

Ho : model regresi berbentuk linier.

Ha : model regresi tidak berbentuk linier.

Dengan kriteria :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 (alpha) maka Ho diterima, Ha ditolak
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 (alpha) maka Ho ditolak, Ha diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,645	0,05	Sig > Alpha	Linier
Harga (X ₂)	0,350	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (X1) dan minat beli ulang (Y) sebesar 0,645 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan nilai signifikansi untuk variabel harga (X2) dan minat beli ulang (Y) sebesar 0,350 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Hasil nilai signifikansi untuk keseluruhan variable lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data dari populasi tersebut linier.

4.3.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya.

Kriteria pengujian :

H_0 : tidak terdapat hubungan antar variabel independen.

H_a : terdapat hubungan antar variabel independen.

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,634	1,578	Tidak Ada Multikolinieritas
Penetapan Harga (X2)	0,634	1,578	Tidak Ada Multikolinieritas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Hasil perhitungan Tolerance menunjukkan tidak ada nilai variabel independen yang memiliki nilai Tolerance $> 0,1$ yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan minat beli ulang (Y). pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0. Berikut merupakan hasil pengujian regresi berganda :

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Regresi

	B	Std.Error
Constanta	6.500	3.113
Kualitas Produk (X1)	0.771	0.099
Penetapan Harga (X2)	-0.209	0.110

Sumber : Data diolah tahun 2017

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6,500 + 0,771 X_1 - 0,209 X_2$$

Keterangan :

Y= Minat Beli Ulang

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

et= Error trem/ unsur kesalahan

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta a sebesar 6,500 menyatakan bahwa minat beli ulang pada konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro adalah sebesar 6,500 apabila kualitas produk dan penetapan harga bernilai = 0.
- b. Koefisien regresi untuk X1= 0,771 menyatakan bahwa setiap penambahan kualitas produk sebesar satu satuan maka akan menambah minat beli ulang pada konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro sebesar 0,771 satuan.
- c. Koefisien regresi untuk X2=-0,209 menyatakan bahwa setiap penambahan penetapan harga sebesar satu satuan maka akan menurunkan minat beli ulang pada konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro sebesar 0,209 satuan.

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Nilai Korelasi (R)	R Square (R ²)
0,658	0,432

Sumber : Data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,658 artinya tingkat hubungan antara kualitas produk (X1), harga (X2) dan minat beli ulang (Y) adalah positif kuat. Koefisien determinan R² (R Square) sebesar 0,432 artinya bahwa minat beli ulang (Y) dipengaruhi oleh antara kualitas produk (X1), harga (X2) sebesar 0,432 atau 43,2%. Sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain diluar penelitian ini.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan :

- Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Tabel 4.14 Hasil Uji t

	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	8,274	1,984	$t_{hitung} > t_{tabel}$	H_0 ditolak
Harga (X2)	2,802	1,984	$t_{hitung} > t_{tabel}$	H_0 ditolak

Sumber : Data diolah tahun 2017

1. Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y)

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

H_a : Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Dari tabel 4.14 terlihat pada variabel kualitas produk (X1) bahwa nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,274 > 1,984$) maka H_0 ditolak. Artinya Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

2. Harga (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y)

H_0 : harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Ha: harga berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Dari tabel 4.14 terlihat pada variabel harga (X2) bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,802 > (1,984)$) maka H_0 ditolak. Maka Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Uji simultan ini bertujuan untuk menguji apakah antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang (Y).

Ho: Kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Ha: Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

Dengan kriteria :

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- Bila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Tabel 4.15 Hasil Uji F

	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Kualitas produk, harga dan minat beli ulang	36,948	3,09	$F_{hitung} > F_{tabel}$	H_0 ditolak

Sumber : Data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.14 terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,948 > (3,09)$) maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro.

4.6 Pembahasan

1) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Melalui hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap Minat beli ulang menu ayam bakar pada Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro. Hal tersebut menyatakan bahwa faktor kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli kembali menu ayam bakar di RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dilihat dalam segi rasa, bentuk, warna, tekstur ayam bakar yang di tampilkan cukup menarik minat beli ulang konsumen. Namun dalam segi penyajian menu tambahan dan jaminan penggantian produk agar lebih diperhatikan dengan keinginan konsumen.

2) Pengaruh harga terhadap minat beli ulang.

Melalui hasil uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli ulang menu ayam bakar pada RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro . Hal tersebut menyatakan bahwa faktor harga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli kembali menu ayam bakar di RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro. Kejangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat cukup baik namun dalam kesesuaian harga dengan kualitas masih kurang menyesuaikan. Karna suatu harga dapat menjadi patokan kualitas produk, dengan harga yang cukup tinggi kualitas produk pun harus mengikuti dan menyesuaikan untuk memunculkan kepuasan konsumen yang nantinya di harapkan akan menimbulkan minat beli di kemudian hari.

3) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan hasil uji F membuktikan jawaban hipotesis bahwa ada pengaruh antara kualitas produk, harga dan minat beli ulang menu ayam

bakar pada RM. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro. Variabel kualitas produk menyajikan kualitas rasa ayam bakar yang pas di lidah konsumen Rm. Ayam Bakar Pak Gendut Kota Metro sedangkan dari segi harga yang di tawarkan RM. Ayam Bakar Pak Gendut sesuai dengan harga pasar yang ada di Kota Metro.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Anisa Triadi Salamah (2015) yang menjelaskan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang. Pada penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah di Kota Bandung”.