

ABSTRAK

Titania Afianasari, 1820210203, Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Syariah Di Condro Moeria Café Dan Resto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman menu, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam prespektif ekonomi syariah di Condro Moeria Café dan Resto. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keragaman Menu (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik insidental sampling sebanyak 96 responden. Untuk pengujian instrument menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk uji analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), Uji t, Uji f dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto berdasarkan $t_{hitung} (3,584) > t_{tabel} (1,986)$ dengan tingkat signifikansi 0,001, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto berdasarkan $t_{hitung} (2,628) > t_{tabel} (1,986)$ dengan tingkat signifikansi 0,010, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto berdasarkan $t_{hitung} (1,591) < t_{tabel} (1,986)$ dengan tingkat signifikansi 0,115, keragaman menu, harga, kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto berdasarkan $F_{hitung} (21,787) > F_{tabel} (2,704)$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) ditentukan nilai R square sebesar 0,415 atau 41,5% artinya variasi besarnya keputusan pembelian konsumen bisa dijelaskan oleh variabel keragaman menu, harga, kualitas pelayanan sedangkan sisanya 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keragaman Menu, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen.