

SKRIPSI

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI *SIX SENSES* RESTAURANT
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

NUR AZLINA

NO. MHS : 317101017

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI *SIX SENSES* RESTAURANT
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sains Terapan Pariwisata**

Disusun Oleh :

NUR AZLINA

NO. MHS : 317101017

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI SIX SENSES RESTAURANT
YOGYAKARTA



Disusun Oleh :
NUR AZLINA
NO. MHS : 317101017

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M.

NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Dra. Heni Susilawati, M.M.

NIDN. 0505026202

Mengetahui

Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST, M.M.

NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI *SIX SENSES* RESTAURANT
YOGYAKARTA

Disusun Oleh :

NUR AZLINA

NO. MHS : 317101017

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dan

Dinyatakan : **LULUS**

Pada Tanggal 22 April 2021

Penguji : Mona Erythra Nur Islami, SIP, M.A ()

Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M ()

Pembimbing II : Dra. Heni Susilawati, M.M ()

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA



Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

HALAMAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NUR AZLINA

Nim : 317101017

Program Studi : Pengelulaan Perhotelan angkatan 2017

Judul Skripsi : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI SIX SENSES RESTAURANT YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disebut dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 22 April 2021


Nur Azlina

MOTTO

“Memang baik menjadi orang penting, tetapi lebih penting menjadi orang baik”

(Jend, Hoegeng Imam Santoso)

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang Sabar ”

(Al-Baqarah: 153)

“Mimpi ketika dipecah menjadi tujuan konkret, menjadi rencana yang dapat dicapai, Kerja Keras serta Komitmen terhadap suatu Visi akan menuai Hasil”

(Maudy Ayunda)

“ Ya Allah tampilkanlah kepadaku Kebenaran sebagai Kebenaran kuatkanlah aku untuk mengikutinya serta tampilkanlah kepadaku Kesalahan sebagai Kesalahan dan kuatkan pula untuk Menyingkirkannya”

(HR Imam Ahmad)

“Biasakan memberi Reward untuk diri sendiri setelah selesai mengerjakan target tugas kuliah mu, entah itu pergi jalan –jalan atau makan makanan favorit mu. Agar kamu bisa menghargai diri sendiri atas kerja keras mu dan kamu akan bangga dengan pencapaianmu”

(Nur Azlina)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan karya saya ini sebagai ungkapan rasa cinta dan kasih sayang untuk :

1. Allah SWT, atas nikmat sehat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga Skripsi ini selesai.
2. Mamak Fatimah, Bapak Sahidun dan adek Alfin Saputra yang sangat saya cintai dan saya kasihi Terimakasih telah memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan baik materi maupun doa yang tidak pernah putus untuk segala kebaikan dan kesuksesan dalam hidup saya dan semua keluarga besar saya terimakasih yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi.
3. Untuk Pae, Bulekwi dan Reni Saputri Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat serta doa untuk kesuksesan saya.
4. Untuk sahabat seperjuangan saya Ni Ketut, Violetta, Mei sri, Lilis, Lowisa, Meilana dan Meilani terimakasih atas dukungan dan motivasi sampai skripsi ini selesai.
5. Untuk bapak Wendy Umar Senoaji selaku staf Finance dan Ibu Veronica Vita Subiyakti selaku Director di Six Senses Restaurant Yogyakarta yang telah memberikan dukungan serta semangat untuk saya.
6. Untuk Wahyu Wibowo teman baik saya, terimakasih telah memberikan saran kepada saya untuk melakukan penelitian di Six Senses dan alhamdulillah telah selesai.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, dengan usaha sepenuh hati serta dukungan orang-orang baik disekeliling penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yaitu berupa skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata pada program Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sesungguhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah sabar memberikan waktu, arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Heni Susilawati, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan motivasi, waktu, arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

3. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP, M.A selaku Penguji Utama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST.M.M selaku ketua jurusan Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan dukungan, motivasi dan ilmu kepada penulis selama delapan semester.
7. Bapak Wendy Umar Senoaji selaku staf Finance dan Ibu Veronica Vita Subiyakti selaku Director di Six Senses Restaurant Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk membantu mengisi angket penelitian. Semoga bantuan bapak/ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 22 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	3
C.Batasan Masalah	3
D.Tujuan Penelitian	3
E.Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	5
A.Landasan Teori.....	5
1. Definisi Restoran	5
2. Perilaku Konsumen.....	5
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Beli Konsumen	6
a. Faktor Kebudayaan	6
b. Faktor Sosial	8
c. Faktor Pribadi	9
d. Faktor Psikologi	10
4. Peran Keputusan Pembelian	12

5. Keputusan Pembelian	14
B. Kerangka Pikir	16
C. Penelitian Terdahulu	17
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
C. Populasi dan Sampel	21
D. Variabel dan Indikator	23
E. Metode Pengumpulan Data	25
1. Jenis Instrumen	25
2. Uji Kelayakan Instrumen	28
F. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Regresi Linier Berganda	31
2. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Deskripsi Objek Penelitian	37
1. Sejarah Six Senses Restaurant Yogyakarta	37
2. Struktur Organisasi	40
3. Fasilitas	41
4. Jam Operasional	42
5. Pelayanan	42
6. Menu Makanan dan Minuman	43
B. Deskripsi Responden	52
C. Hasil Uji Instrumen	52
1. Hasil Uji Validitas	52
2. Hasil Uji Reliabilitas	54
D. Hasil Analisis Data	55
1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
2. Hasil Uji Hipotesis	57
a. Uji T Parsial	57

b. Uji F simultan.....	59
c. Uji Koefisien Determinasi <i>R square</i>	60
E. Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Tabel 3.1 Skala Likert Kuisisioner	25
Tabel 4.1 Diskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji F Simultan	56
Tabel 4.6 Hasil Uji R Square	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pintu masuk Six Senses Restaurant.....	35
Gambar 4.2 Joglo Six Senses Restaurant.....	38
Gambar 4.3 Pintu masuk Six Senses Restaurant.....	39
Gambar 4.4 Makanan dan Minuman	40
Gambar 4.5 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.6 Appetizer	47
Gambar 4.7 Appetizer	47
Gambar 4.8 Soups	48
Gambar 4.9 Meat.....	48
Gambar 4.10 Fish & Seafood.....	49
Gambar 4.11 Tapas	49
Gambar 4.12 Paellas Y Arroces	50
Gambar 4.13 Poultry	50
Gambar 4.14 Salads	51
Gambar 4.15 Vegetarian	51
Gambar 4.16 Dessert.....	52
Gambar 4.17 Alcoholic Beverage.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Lampiran 2 SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Lampiran 3 KUISIONER PENELITIAN

Lampiran 4 DATA RESPONDEN

Lampiran 5 PENGUMPULAN DATA

Lampiran 6 HASIL UJI VALIDITAS

Lampiran 7 HASIL UJI RELIABILITAS

Lampiran 8 HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Lampiran 9 SERTIFIKAT RESTAURANT BINTANG TIGA (***)

Lampiran 10 SERTIFIKAT CHESE STANDARDS

Lampiran 11 DOKUMENTASI DI SIX SENSES RESTAURANT

Lampiran 12 LEMBAR BIMBINGAN

ABSTRAK

Restoran adalah suatu tempat bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada konsumen yang berupa makanan maupun minuman. Perilaku beli konsumen juga sangat penting untuk diperhatikan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian suatu produk di restoran. Beberapa perilaku konsumen yang perlu diperhatikan meliputi Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi. Penulis melakukan penelitian di salah satu restoran yang cukup terkenal di kalangan masyarakat yakni Six Senses Restaurant Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Produk di Six Senses Restaurant Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan pada februari 2021 menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan jumlah sebanyak 67 responden yang meliputi seluruh konsumen yang datang ke Six Senses dan dihitung menggunakan rumus slovin. Instrumen yang digunakan dalam bentuk penyebaran angket/kuisisioner kepada responden, melakukan observasi langsung ke Six Senses, melakukan wawancara langsung dengan bapak Wendy Umar Senoaji salah satu Staf Six Senses, dokumentasi Six Senses Restaurant untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian. Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda karena dalam penelitian ini jumlah variabel independen (X) lebih dari satu sedangkan uji hipotesis menggunakan uji (T) dan uji (F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan variabel independen (X) budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Dibuktikan dari hasil uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ $27.668 > 2,52$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya hipotesis diterima yaitu **Ha1** diduga bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di Six Senses Restaurant Yogyakarta. Hasil uji T akan signifikan jika diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel (X3) yaitu Faktor Pribadi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dengan $T_{hitung} < T_{tabel}$ $0,334 < 1,997$ dan nilai signifikan $0,704 > 0,05$ yang artinya hipotesis ditolak yaitu **Ha2** diduga bahwa Faktor Pribadi berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk di Six Senses Restaurant Yogyakarta.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Six Senses Restaurant Yogyakarta

ABSTRACT

Restaurant is a place of building that is organized commercially, which provides good services to consumers in the form of food and beverages. Consumer buying behavior is also very important to pay attention to in order to increase the purchasing decision for a product in a restaurant. Some consumer behaviors that need to be considered include Cultural, Social, Personal, Psychological. The author conducted research at one restaurant that is quite well known among the public, namely Six Senses Restaurant Yogyakarta. This study aims to see whether cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, influence product purchasing decisions at Six Senses Restaurant Yogyakarta.

This research was conducted in February 2021 using quantitative descriptive methods, with a total of 67 respondents including all consumers who came to Six Senses and were calculated using the Slovin formula. The instrument used in the form of distributing questionnaires to respondents, conducting direct observations to the Six Senses, conducting direct interviews with Mr. Wendy Umar Senoaji, one of the Six Senses staff, documentation of Six Senses Restaurant to complete the data required in the study. The data analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis because in this study the number of independent variables (X) is more than one, while hypothesis testing uses test (T) and test (F).

The results showed that there was a simultaneous influence of the cultural, social, personal and psychological independent variables (X) on the dependent variable (Y) on purchasing decisions. Evidenced by the results of the F test, namely $F_{count} > F_{table} 27,668 > 2.52$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, which means that the hypothesis is accepted, namely H_{a1} , it is assumed that cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors have a significant effect simultaneously on product purchasing decisions in Six Senses Restaurant Yogyakarta. The results of the T test will be significant if the value of $T_{count} > T_{table}$ is obtained and the value of sig < 0.05 . Evidenced by $t_{count} < t_{table} 0.334 < 1.997$ and a significant value of $0.704 > 0.05$, which means that the hypothesis is rejected, namely H_{a2} , it is assumed that personal factors have the most dominant influence on product purchasing decisions at Six Senses Restaurant Yogyakarta.

Keywords: Purchasing Decisions, Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Six Senses Restaurant Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari, sehingga sekarang banyak sekali dibangun sebuah rumah makan maupun restoran yang kreatif dan inovatif agar dapat menarik konsumen. Di zaman moderen ini banyak bermunculan restoran (tempat makan) yang menyajikan masakan dari dalam negeri maupun masakan dari luar negeri.

Menurut Marsum (2007:7) Restoran adalah tempat atau bangunan yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada tamunya baik berupa makanan maupun minuman. Dengan semakin banyak restoran yang ada Indonesia, salah satu contoh restoran yang cukup terkenal bagi kalangan menengah keatas di Yogyakarta yaitu Six Senses Restaurant yang merupakan salah satu restoran bintang tiga yang menjual menu *western*, spanyol, vegetarian dan juga menyediakan mini bar. Menu makanan yang bervariasi banyak menarik wisatawan untuk berkunjung seperti para turis, kalangan muda hingga kalangan keluarga. Kesan pertama ketika melihat dari luar Six Senses Restaurant tampak sangat sederhana namun ketika memasuki pintu depan restaurant terkesan mewah dan elegan dengan perpaduan interior bangunan yang bernuansa klasik dan jawa nan megah. Harga yang ditawarkan *relative* yang artinya bisa murah atau mahal bagi setiap orang.

Six Senses menjual produk makanan dengan kategori harga yang mahal karena *sector* penjualannya ditujukan pada kalangan menengah keatas atau *middel up*. Ada beberapa pengaruh yang mengakibatkan konsumen melakukan pembelian produk di Six Senses Restaurant seperti faktor budaya. Faktor budaya merupakan salah satu penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang karena setiap manusia di dunia pasti memiliki beragam budaya yang berbeda dengan lingkungan sekitarnya termasuk dalam memilih sesuatu produk yang akan dibelinya. Ada pula kaitanya dengan faktor sosial seperti keluarga, biasanya anggota keluarga dapat memberikan pengaruh pembelian suatu produk kepada salah satu anggota keluarganya yang menyukai produk yang sama. Selanjutnya ada faktor pribadi yaitu gaya hidup, gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

Gaya hidup juga menggambarkan seseorang secara keseluruhan ketika berinteraksi dengan lingkungan maupun dalam pemilihan pembelian suatu produk tertentu. Kemudian yang terakhir faktor psikologis yaitu motivasi, motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan, motivasi bisa datang dari diri sendiri maupun orang lain seperti dalam pembelian suatu produk setiap orang tentu mempunyai pilihan dan membutuhkan saran dari orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI SIX SENSES RESTAURANT YOGYAKARTA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang di dapat adalah :

1. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Six Senses Restaurant Yogyakarta ?
2. Faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian di Six Senses Restaurant Yogyakarta ?

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan dan memfokuskan masalah yang akan penulis bahas yaitu mengenai faktor keputusan pembelian produk antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis

D. Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di Six Senses Restaurant Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk di Six Senses Restaurant Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penulis ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen di sebuah restoran dan dapat menambah pengetahuan,

keterampilan serta pengalaman di dunia kerja yang sesungguhnya dan menerapkan teori-teori yang di dapat selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini sebagai bahan masukan bagi Six Senses Restaurant Yogyakarta mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di Six Senses Restaurant. Dan sebagai evaluasi untuk meningkatkan serta mengembangkan peranya dalam menjalankan operasional restoran serta meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Lembaga

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk lembaga atau Instansi serta menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan usaha dibidang kuliner serta keputusan pembelian konsumen.