



Pengaruh Sistem Pembayaran Digital, Cita Rasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rajaswa Coffee

Aisyah Amini*aisyahamini791@gmail.com*

Universitas Muhadi Setiabudi Brebes

Dwi Harini*dwiharini707@gmail.com*

Universitas Muhadi Setiabudi Brebes

Indah Dewi Mulyani*indah.dm@umus.ac.id*

Universitas Muhadi Setiabudi Brebes

Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, RW. 11, Pesantunan, Kec.Wanasari, Kabupaten Brebes,
Jawa Tengah 52212*Korespondensi penulis: aisyahamini791@gmail.com*

Abstract. Research carried out at Rajaswa Coffee, Sitangan Village, Bulakamba District, Brebes Regency. This research aims to determine the influence of digital payment systems, taste and price on purchasing decisions at Rajaswa Coffee. This research is a type of quantitative research. The data collection method used in this research was by interviewing the owner of Rajaswa Coffee and distributing questionnaires. The sample for this research was 90 people who had made purchases at Rajaswa Coffee, using sampling, namely non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data analysis in this research is multiple linear regression analysis assisted by SPSS tools. The data obtained is primary data, secondary data is obtained from other media sources such as books and journals related to the focus of this research. The research results show that the digital payment system has a significant influence on purchasing decisions at Rajaswa Coffee, taste has a significant influence on purchasing decisions at Rajaswa Coffee and price has a significant influence on purchasing decisions at Rajaswa Coffee. Then, the results of the simultaneous test show that the influence variables of the digital payment system, taste and price influence purchasing decisions at Rajaswa Coffee.

Keywords: Digital payment system, taste, price and purchasing decisions.

Abstrak. Penelitian yang dilaksanakan di Rajaswa Coffee Desa Sitanggal, Kecamatan Bulakamba, Kabupaten Brebes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee . Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara wawancara dengan pemilik Rajaswa Coffee dan distribusi kuesioner. Sampel penelitian ini adalah 90 orang yang telah melakukan pembelian di Rajaswa Coffee, dengan menggunakan pengambilan sampel yakni *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan dibantu alat SPSS. Data yang diperoleh berupa data primer, untuk data sekunder diperoleh dari sumber media lainnya seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan fokus penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee, cita rasa memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee. Kemudian untuk hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel pengaruh sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee.

Kata kunci: Sistem pembayaran digital, Cita rasa, Harga dan Keputusan pembelian.

LATAR BELAKANG

Di Era globalisasi ini perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan khususnya dalam dunia bisnis baik di pasar nasional (domestik) maupun di pasar internasional. Perkembangan ekonomi tersebut telah mendorong intensitas persaingan bisnis dalam setiap bidang, akibatnya timbul persaingan dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas dan nantinya dapat digemari oleh calon konsumen. Setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan dari produk yang akan dipasarkan pada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen.

Menurut survei Hootsuite dan We Are Social tercatat ada 345,3 juta orang di Indonesia menggunakan perangkat smartphone sebagai pengguna internet. Angka inipun mewakili 125,6% dari jumlah populasi. Seiring adanya peningkatan pengguna teknologi internet melalui smartphone, demikian pula penggunaan metode pembayaran non tunai berbasis server di masyarakat. Dampak yang signifikan telah dihasilkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan teknologi telah memacu pertumbuhan bisnis yang pesat serta menghilangkan kebutuhan untuk pertemuan langsung dalam transaksi dengan cukup menggunakan perangkat komputer dan telekomunikasi.

Bank Indonesia mencatat pada tahun 2023, nilai transaksi digital banking tercatat Rp.58.478,24 triliun atau tumbuh sebesar 13,48 persen. Diproyeksikan meningkat 9,11 persen hingga mencapai Rp.63.803,77 triliun pada tahun 2024. Sementara nilai transaksi Uang Elektronik (UE) meningkat 43,45 persen sehingga mencapai Rp.835.84 triliun dan diproyeksikan meningkat 25,77 persen hingga mencapai Rp.1.051,24 triliun pada tahun 2024. Nominal transaksi QRIS tercatat tumbuh 130,01 persen dan mencapai Rp.229,96 triliun. Sementara itu, nilai transaksi pembayaran menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit mencapai Rp. 178,69 triliun atau turun sebesar 0,81 persen.

Rajaswa Coffee berdiri sejak tahun 2019 yang berlokasi di Desa Sitanggal, Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes. Rajaswa Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang menawarkan tempat berkumpul yang berkonsep semi minimalis dengan harga terjangkau di wilayah Kabupaten Brebes. Hingga saat ini kedai kopi Rajaswa telah berusaha membangun konsumen yang lebih luas agar dapat mengembangkan usahanya dengan menggunakan sistem pembayaran digital sebagai alat untuk bertransaksi.

Saat ini di Rajaswa Coffee sudah menggunakan sistem pembayaran digital berupa QRIS dan sistem pembayaran tunai. QRIS adalah sistem pembayaran berbasis QR Code yang disahkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS memungkinkan pedagang menerima pembayaran lintas platform menggunakan satu QR Code saja. Pembayaran melalui QRIS dilakukan dengan cara memindai QR code, memasukan jumlah nominal

pembayaran, memasukkan PIN, lalu transaksi selesai dilakukan. Dengan menggunakan sistem pembayaran digital konsumen akan lebih mudah dalam melakukan transaksi atas barang atau jasa yang telah dibeli.

Perkembangan coffee shop yang kian meningkat menyebabkan persaingan akan kian meningkat pula, sehingga pelanggan berada pada posisi tawar yang tinggi terhadap pilihan produk atau cita rasa yang dihasilkan. Cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa yang disediakan dalam produk Rajaswa Coffee ini memiliki varian rasa yang berbeda-beda dan dengan harga jual yang ditetapkan. Berikut data daftar menu dan harga jual Rajaswa Coffee:

Tabel 1. Menu dan Harga Minuman Rajaswa Coffee

Menu Coffee	Harga
V60 Coffee	Rp. 15.000
Brewings Manual	Rp. 12.000
Vietnamese Drip	Rp. 15.000
Americano	Rp. 15.000
Cappuccino	Rp. 15.000
Matcha Coffee	Rp. 15.000
Romano Coffee	Rp. 15.000
Affogato Cofffee	Rp. 15.000
Espresso Bassed	Rp. 15.000
Moka Pot	Rp. 12.000
Aeropresso	Rp. 15.000
Kopi Tarik	Rp. 15.000
Kopi Susu Gula Aren	Rp. 15.000
Classic Coffee Hot	Rp. 15.000

Sumber: Penelitian Rajaswa Coffee 2024

Dari tabel diatas terlihat menu yang ada di Rajaswa Coffee sangat bervariasi dengan harga yang ekonomis hanya dari Rp. 12.000 sampai Rp. 15.000 konsumen sudah dapat menikmati kopi di Rajaswa Coffee. Dari menu diatas, produk yang menjadi menu unggulan yaitu Kopi Tarik dan Cappucino dengan penjualan perhari sebanyak 5 sampai dengan 15 gelas.

Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen mempertimbangkan beberapa faktor dan alasan yang memperkuat konsumen untuk memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu (Khairunnisa & Jamiat, 2021). Faktor pertama yang mempengaruhi

keputusan pembelian adalah produk. Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang atau jasa yang dapat ditawarkan, menarik minat konsumen, keuntungan dan konsumsi, yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli.

Dari penjelasan diatas terdapat suatu masalah dimana efektivitas sistem pembayaran yang cepat dan mudah serta persaingan usaha sejenis yang semakin banyak dan tentunya juga dari segi harga yang sekarang cukup variatif di dalam persaingan sehingga penulis bertujuan untuk melakukan penelitian di Rajaswa Coffee dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran Digital, Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rajaswa Coffee”.

KAJIAN TEORITIS

Sistem Pembayaran Digital

Pengertian Pembayaran Digital menurut Putritama (2019) dalam Kurniasari & Adyni (2021) yaitu sebagai sebuah alat yang menggunakan teknologi via ponsel untuk pembayaran, transfer atau melakukan transaksi lainnya. Pada masa kini berkembangnya teknologi pada sistem pembayaran telah menggeser perannya uang tunai sebagai alat pembayaran menjadi bentuk pembayaran non tunai atau pembayaran elektrik yang yang lebih efektif dan ekonomis.

Jadi pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi yang mana dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna. Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan mode digital untuk membayar dan menerima uang, semua transaksi pembayaran digital dilakukan secara online.

Cita Rasa

Menurut (Rasa et al., 2023) cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan. Ada kalanya makanan atau minuman yang tersedia tidak mempunyai bentuk yang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi, dengan arti lain kualitas suatu produk makanan atau minuman sangat ditentukan melalui tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan atau minuman tersebut.

Cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan atau minuman yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa dan suhu. Rasa merupakan faktor penting dalam membuat suatu produk makanan karena konsumen akan lebih memilih membeli produk makanan yang memiliki rasa enak, lezat, dan nikmat ketika dikonsumsi dan pastinya membuat ketagihan (Arifin & Setyaningrum, 2022).

Harga

Harga sangat menentukan dalam preferensi konsumen memilih coffee shop. Konsumen akan berpikir ulang untuk membeli produk dengan harga yang terlalu mahal atau over price. Harga yang terlalu murah juga akan menimbulkan pertanyaan, apakah produk yang dijual memiliki kualitas yang baik. Namun harga segelas kopi yang memiliki rasa nikmat akan membuat konsumen tidak memperdulikan masalah harga.

Harga menurut (Alimuddin & Muslimin, n.d.) adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana didasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang-jasa yang dimiliki kepada pihak lain.

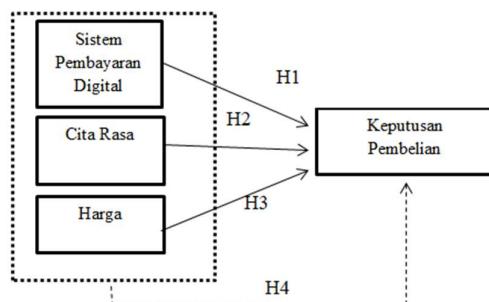
Perusahaan harus selalu mengecek harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Harga adalah salah satu variabel pemasaran yang harus dipertimbangkan oleh manajemen perusahaan karena harga dapat secara langsung mempengaruhi keuntungan dan penjualan perusahaan. Menurut (September et al, 2021) harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk.

Keputusan Pembelian

Menurut (Apriyono, 2022) keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen melakukan kegiatan pembelian yang sesungguhnya. Menurut (Fitra & Sidik, 2022) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah serangkaian tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencoba memecahkan masalah yang dihadapinya kemudian mengidentifikasi berbagai pilihan yang dianggap paling masuk akal dan sesuai untuk lingkungan.

Jadi keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan, keinginan, pencairan informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, kebutuhan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Studi et al, 2022).

Kerangka Berpikir



Hipotesis Penelitian

H1 : Diduga terdapat pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee.

H2 : Diduga terdapat pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffe.

H3 : Diduga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee.

H4 : Diduga terdapat pengaruh secara simultan variabel sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan fokus utama memberikan teori dengan mengukur variabel penelitian secara numerik dan melakukan analisis data dengan menggunakan metode statistik. Tempat dan waktu penelitian lokasi penelitian ini dilakukan di Rajaswa Coffee yang berlokasi di Desa Sitanggal. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Maret sampai bulan Juni 2024.

Populasi dan sampel, adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 900 konsumen yang melakukan pembelian di Rajaswa Coffee. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Merupakan teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan dengan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk perhitungan statistik yang diterapkan dalam penentuan jumlah sampel. Sampel dalam penelitian ini 90 orang dari populasi yang ada dapat dihitung dengan rumus ini. Sampel penelitian ini dipilih dengan tingkat presisi 10%.

Langkah-langkah analisis data pada penelitian ini adalah pengujian instrumen diantaranya uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dan Analisis regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t), uji (f) dan koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Penelitian ini dilakukan pada konsumen sebanyak 90 responden dari masyarakat di Brebes dan Tegal.

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menyatakan gambaran umum responden. Dalam penelitian ini data yang dianalisis adalah konsumen di Rajaswa Coffee. Adapun hasil analisis dari 90 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sistem pembayaran digital	90	11	30	24.77	3.857
Cita Rasa	90	9	30	25.34	3.825
Harga	90	11	30	25.22	3.668
Keputusan Pembelian	90	14	30	25.01	3.853
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Data Diolah SPSS tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai minimum dan maksimum dari setiap variabel independen dan variabel dependen.

Uji Validitas dan Reliabelitas

Uji Validitas dan Reliabilitas Berikut adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas untuk masing-masing indikator pada tiap variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas

Variabel	Indikator	Hasil Validasi	Keterangan	Hasil Reliabilitas	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital (X1)	SPD1	0,712	Valid	0,822	Reliabel
	SPD2	0,879	Valid		
	SPD3	0,733	Valid		
	SPD4	0,662	Valid		
	SPD5	0,879	Valid		
Cita Rasa	CR1	0,733	Valid	0,819	Reliabel
	CR2	0,748	Valid		
	CR3	0,868	Valid		
	CR4	0,645	Valid		
	CR5	0,868	Valid		
Harga	H1	0,831	Valid	0,807	Reliabel
	H2	0,770	Valid		
	H3	0,774	Valid		
	H4	0,640	Valid		
	H5	0,831	Valid		
Keputusan Pembelian Online (Y)	KP1	0,808	Valid	0,836	Reliabel
	KP2	0,857	Valid		
	KP3	0,810	Valid		
	KP4	0,558	Valid		
	KP5	0,857	Valid		

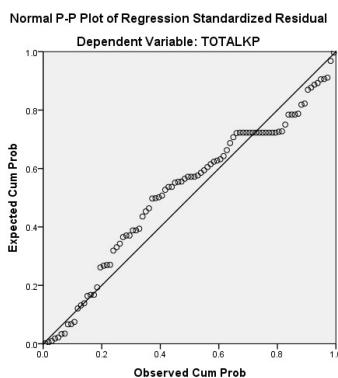
Sumber: Data Primer Diolah SPSS, (2024)

Sesuai ketentuan dimana nilai r hitung $> r$ tabel dan cronbach alpha $> 0,70$ dalam penelitian ini r tabel memiliki nilai sebesar 0,207. Maka hasil Uji Validitas pada tabel 2 menunjukan bahwa pada masing-masing indikator dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Uji normalitas P-Plot bertujuan untuk menguji dalam model regresi, kedua variabel (bebas dan terikat) mempunyai distribusi normal atau tidak.



Sumber: Data Primer Diolah SPSS, (2024)

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data model regresi data memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* test. Kriteria penerimaan normalitas adalah jika nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka distribusinya dinyatakan kecil dari $\alpha = 0,05$ (Nihayatul Fadlilah, 2019). Hasil penghitungan untuk semua variabel disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.78953118
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.091
	Negative	-.131
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Monte Carlo Sig.		.081 ^d
Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	
		Lower Bound .074
		Upper Bound .088

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data Diolah SPSS 2024

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang disajikan pada tabel diatas, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,081 sehingga nilai tersebut lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, data variabel penelitian ini berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Variabel-variabel tersebut menunjukkan gejala multikolinearitas konvensional, seperti VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 untuk ketiga variabel maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi.

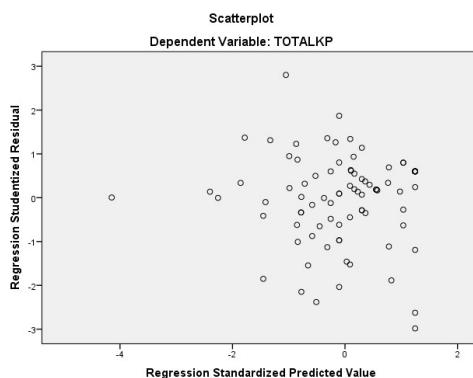
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.548	1.112		15.289	.000		
Sistem Pembayaran Digital	.663	.080	.664	8.331	.000	1.000	1.000
Cita Rasa	.689	.078	.684	8.787	.000	1.000	1.000
Harga	.720	.081	.686	8.844	.000	1.000	1.000

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

Berdasarkan tabel 5, nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak ada masalah multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

Data tidak memiliki pola yang jelas, terlihat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, seperti yang ditunjukkan pada gambar grafik scatterplot. Ini menunjukkan bahwa model regresi dapat dipakai dalam memprediksi keputusan pembelian terhadap variabel yang mempengaruhinya, seperti sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah model regresi yang memuat variabel bebas atau independen lebih dari satu. Pengaruh variabel stimulus terhadap variabel output diukur melalui analisis regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coeffici ents	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.548	1.112		15.289	.000		
Sistem Pembayaran Digital	.663	.080	.664	8.331	.000	1.000	1.000
Cita Rasa	.689	.078	.684	8.787	.000	1.000	1.000
Harga	.720	.081	.686	8.844	.000	1.000	1.000

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

Dalam tabel didapatkan perhitungan persamaan regresi linier berganda seperti di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3$$

$$Y = 8,548 + 0,663x_1 + 0,689x_2 + 0,720x_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefisien

b1, b2, b3 = Koefisien Regresi

X1 = Sistem Pembayaran Digital

X2 = Cita Rasa

X3 = Harga

Persamaan regresi yang disebutkan sebelumnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika konstanta 8,548 menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital (X1), Cita Rasa (X2) dan harga (X3) bernilai 0, sehingga keputusan pembelian (Y) memiliki nilai 8,548.
2. Koefisien regresi variabel sistem pembayaran digital (X1) adalah 0,663 yang berarti apabila variabel sistem pembayaran digital (X1) meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,663 satuan, dengan asumsi bahwa variabel independen lain tetap sama.
3. Koefisien regresi variabel cita rasa (X2) adalah 0,689, yang berarti bahwa jika variabel ini mengalami peningkatan satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,689 satuan, dengan asumsi bahwa variabel independen lain nilainya tetap.

4. Dengan koefisien regresi variabel harga (X3) sebesar 0,720, berarti apabila variabel harga (X3) meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,720 satuan, dengan anggapan variabel independen lain tetap nilainya.

4.5. Analisis Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (*R*2) adalah ukuran seberapa besar kemampuan variabel stimulus untuk menjelaskan variabel output. Sebagai contoh, analisis *R*2 dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

*R*2 = Kuadrat dari koefisien ganda

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.457	2.83777

a. Predictors: (Constant), Harga, Cita Rasa, Sistem Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

Berdasarkan hasil dalam tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,457 atau 45,7% yang berarti bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga terhadap variabel keputusan pembelian adalah 45,7%. Maka variasi variabel stimulus dalam penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 45,7% variabel output. Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum pada penelitian ini.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji *t* digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial. Untuk menunjukkan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun hasil dari uji parsial (Uji *t*) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Hasil dari uji parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	8.548	1.112		15.289	.000
Sistem Pembayaran Digital	.663	.080	.664	8.331	.000
Cita Rasa	.689	.078	.684	8.787	.000
Harga	.720	.081	.686	8.844	.000

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

- 1) Sistem Pembayaran Digital

Dalam tabel, variabel sistem pembayaran digital memiliki nilai t hitung 8.331 lebih besar dari pada t tabel 1,987 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menjelaskan bahwa variabel sistem pembayaran digital berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Cita Rasa

Dalam tabel, variabel cita rasa memiliki nilai t hitung 8.787 lebih besar daripada t tabel 1,987 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menjelaskan bahwa variabel cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3) Harga

Dalam tabel, variabel harga memiliki nilai t hitung 8.844 lebih besar daripada t tabel 1,987 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menjelaskan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F (Simultan)

Uji F dipakai dalam menentukan tingkat signifikansi pengaruh variabel stimulus terhadap variabel output secara bersamaan. Adapun hasil dari Uji F (Simultan) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 9. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	628.437	3	209.479	26.013	.000 ^b
Residual	692.552	86	8.053		
Total	1320.989	89			

Sumber: Data Diolah SPSS Tahun 2024

Nilai F hitung sebesar 26.013 dan F tabel 2,71 dengan signifikansi 0,000 ditunjukkan dalam hasil uji statistik F, yang dapat dilihat pada tabel. Dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, dapat disimpulkan dari model regresi bahwa sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga memengaruhi keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini dilakukan terhadap 90 konsumen yang melakukan pembelian di Rajaswa Coffee yang merupakan responden dari penelitian ini. Setelah melakukan beberapa pengujian menggunakan SPSS dan melakukan analisis, maka didapatkan hasil yaitu sistem pembayaran digital, cita rasa dan harga berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di Rajaswa Coffee. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu Rajaswa Coffee untuk lebih meningkatkan penggunaan sistem pembayaran

digital, keunggulan dari segi cita rasa serta harga yang terjangkau sehingga dapat memenangkan persaingan dengan kompetitor di daerah yang sama.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, B. F. (2023). *Pengaruh Digital Payment Shopeepay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 1(5), 192–212.
- Apriyono, T. (2022). *Analisis Efektivitas Strategi Sales Promotion Terhadap Volume Penjualan Mie Sedaap Pada Pt Muncul Jaya Sentosa*, Di. 6(April), 76–89.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Citra Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 420–427.
- Aziz, M. S., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2023). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk , Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Kopi Rajaswa Di Kabupaten Brebes*.
- Cashback, P., & Pembayaran, D. A. N. M. (2023). *Di Shopeefood (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Surakarta)*.
- Damayanti, O., Zain, F., & Sofa, N. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Indomie Goreng Rasa Rendang. *Jurnal Administrasi Profesional*, 4(1), 11–19.
<Https://Doi.Org/10.32722/Jap.V4i1.5621>
- Fauzi, A., Salwa, S. A., Safitri, A., Amelia, E., Julianti, C., & Nur, S. (2023). *Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital*. 2(1), 11–17.
- Febriani, E., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Muhadi, U., Brebes, K., Tengah, P. J., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Muhadi, U., Brebes, K., Tengah, P. J., Setiadi, R., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Muhadi, U., Brebes, K., & Tengah, P. J. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Kita Bersama Swalayan Bulakamba)*.
- Fitra, G., & Sidik, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pabrik Roti Agung Kabupaten Tasikmalaya*. 16(2), 11–25.
- Ii, B. A. B., Pembayaran, A. S., & Pembayaran, P. S. (2008). *Aulia Pohan, Kerangka Kebijakan Moneter Dan Implementasiya Di Indonesia* . (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Hlm. 121. 1 17. 17–52.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *Jurnal E-Proceeding Of Management*, 8(1), 397–408.
- Leksono, N., Handayani, P., Soeparan, P. F., Raya, J., Timur, U., Weleri, N., & Kendal, K. (2022).

Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi Ukmk. 4.

- Musriah, N., Khojin, N., Aisyah, N., & Sucipto, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Oleh- Oleh Sa ' Cekele Ketanggungan)*. 1(3), 53–67.
- Riono, S. B. (2018). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Agung Motor Brebes.*
- Riset, J., Kasus, S., Mahasiswa, P., Feb, M., Brebes, U., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Setiabudi, U. M. (2023). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Keuangan Shopee Paylater Nur Afrida Dwi Harini Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Keuangan Shopee Ditawarkan Dan Menjangkau Pasar Yang Lebih Luas . Salah Satu Jasa Yang Ditawarkan Adalah.* 1(4).
- Octaviani, E. A., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Muhadi, U., Setiadi, R., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Muhadi, U., Syaifullah, M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Muhadi, U. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Buket Bunga (Studi Kasus Pada Syerr Art Collections).*