

## **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Seafood Fried Rice Pada Resto Angel's Wing Kota Bengkulu**

Monica Anwar<sup>1)</sup>, Ririn Afriani<sup>2)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

Email: [acakoala04@gmail.com](mailto:acakoala04@gmail.com)<sup>1</sup>, [ririnafriani@unived.ac.id](mailto:ririnafriani@unived.ac.id)<sup>2</sup>

---

**Abstract:** *The purpose of this research was to analyze the stages of the purchasing decision process for Seafood Fried Rice products at Angel's Wing Bengkulu City and analyze the factors that influence consumer behavior in purchasing Seafood Fried Rice products at Angel's Wing Bengkulu City. In this research, an analysis was conducted on the factors that influence consumer purchasing decisions, namely price, lifestyle, income, culinary image, and peer support. The method used is a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents who visited the restaurant. The collected data were then analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of the research indicate that the stages of the purchasing decision process go through five main stages: need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior. Factors influencing the decision to purchase Seafood Fried Rice at Angel's Wing in Bengkulu City are income (X3) and peer support (X5), while price (X1), lifestyle (X2), and culinary image (X4) do not influence the decision to purchase Seafood Fried Rice at Angel's Wing in Bengkulu City.*

**Abstrak :** *penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tahapan proses keputusan pembelian produk Seafood Fried Rice di Angel's Wing Kota Bengkulu dan menganalisis fakto-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk Seafood Fried Rice di Angel's Wing Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu harga, gaya hidup, pendapatan, citra kuliner, dan dukungan teman sebaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang mengunjungi restoran tersebut. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis Deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan proses keputusan pembelian melalui lima tahapan utama yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Seafood Fried Rice di Angel's Wing Kota Bengkulu adalah pendapatan (X3) dan dukungan teman sebaya (X5) sedangkan variabel harga (X1), gaya hidup (X2), dan citra kuliner (X4) tidak mempengaruhi keputusan pembelian Seafood Fried Rice di Angel's Wing Kota Bengkulu.*

---

**Keywords :** *Harga, Gaya Hidup, Pendapatan, Citra Kuliner, Dukungan Teman Sebaya, Keputusan Pembelian*

### **PENDAHULUAN**

Kota Bengkulu memiliki potensi besar dalam sektor agribisnis, khususnya dalam pengembangan industri kuliner berbasis sumberdaya laut yang melimpah. Keberadaan pantai dan hasil laut yang melimpah mendukung berkembangnya industri agribisnis lokal, terutama pada sektor

pengolahan makanan. Industri kuliner di daerah ini berkembang pesat, didorong oleh wisatawan domestik dan internasional yang mencari pengalaman makan unik, salah satunya melalui hidangan seafood fried rice yang menggabungkan nasi goreng dengan bahan laut segar seperti udang, cumi, dan ikan. Hidangan ini menjadi pilihan favorit karena cita rasa khas dan nilai gizi tinggi yang ditawarkan. Namun, persaingan di pasar kuliner Bengkulu semakin ketat, dengan banyak restoran dan bar yang menawarkan variasi hidangan serupa. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dalam konteks agribisnis kuliner menjadi krusial untuk mencapai keberhasilan bisnis dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Perilaku konsumen merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu dalam proses memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Ashary & Teta, 2025). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang meliputi harga, gaya hidup, pendapatan, citra kuliner, serta dukungan teman sebaya.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Dalam penelitian oleh Ashary & Teta (2025), harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan layanan Grab di Kota Medan. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih layanan dengan harga yang kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat menjadi faktor penentu utama dalam keputusan konsumen, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif.

Produk seafood fried rice dipilih sebagai fokus penelitian ini karena popularitasnya yang terus meningkat, terutama di kalangan konsumen yang mencari makanan yang kaya rasa dan bergizi. Dengan menggunakan bahan dasar yang segar dan bergizi, seperti udang, cumi, dan ikan, seafood fried rice memberikan kombinasi cita rasa yang lezat dan memenuhi kebutuhan konsumen yang mengutamakan kesehatan. Selain itu, hidangan ini juga mencerminkan kekayaan sumber daya laut yang dimiliki oleh Bengkulu, menjadikannya pilihan yang relevan untuk dikembangkan dalam industri kuliner lokal. Ketersediaan bahan baku yang melimpah di daerah pesisir dan tingginya minat masyarakat terhadap makanan laut menjadikan seafood fried rice sebagai produk yang sangat cocok untuk diterapkan di restoran Angel's Wing, yang ingin menghadirkan hidangan bernilai tinggi sekaligus mendukung perekonomian lokal.

Industri kuliner di Kota Bengkulu, khususnya sektor restoran dan bar, mengalami perkembangan pesat, dengan berbagai tempat nongkrong yang menawarkan pengalaman makan unik. Salah satu restoran yang menonjol adalah Resto dan Bar Angel's Wing, yang populer di kalangan anak muda. Restoran ini menawarkan berbagai fasilitas, seperti live music, serta menu yang beragam,

dengan Seafood Fried Rice sebagai produk andalan. Produk ini telah menjadi pilihan favorit di tengah persaingan ketat di pasar kuliner lokal.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di Angels Wing Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Alasan memilih lokasi ini karena daerah ini merupakan salah satu pelaku usaha yang aktif memproduksi *seafood fried rice*, yaitu produk olahan hasil *seafood*. Waktu Penelitian dilaksanakan satu bulan di Angels Wing Kota Bengkulu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer berdasarkan informasi langsung dari responden. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner tertutup, disebarikan secara online melalui Google Forms dengan menggunakan skala Likert. Kuesioner ini mengukur variabel-variabel yang relevan, Harga (X1), Gaya Hidup (X2), Pendapatan (X3), Citra Kuliner (X4), Dukungan Teman Sebaya (X5), Perilaku Konsumen sebagai variabel dependen (Y). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23. Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Determinasi ( $R^2$ ), Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F)

## HASIL DAN PERSEMBAHAN

Uji validitas ini dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai rhitung dengan r tabel untuk degree of freedom ( $df = n - 2$ ) yaitu  $100 - 6 = 94$  dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Maka nilai Koefisien validitas dengan alpha 5% (0.05) adalah sebesar 0,2006. Hasil uji validitas pada Harga (X1), Gaya Hidup (X2), Pendapatan (X3), Citra Kuliner (X4), Dukungan Teman Sebaya (X5) terhadap keputusan pembelian (Y), dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

No	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Ket.
1	Harga <i>seafood fried rice</i> saat ini mencerminkan keseimbangan antara kualitas bahan <i>seafood</i> dengan harga jual di pasar lokal.	0.765	Valid
2	Perubahan biaya bahan baku <i>seafood</i> secara signifikan mempengaruhi harga <i>seafood fried rice</i> di restoran-sederhana.	0.812	Valid
3	Pelanggan di area Anda merasa harga <i>seafood fried rice</i> sebanding dengan porsi dan cita rasanya.	0.775	Valid
4	Kenaikan harga bahan baku seafood menyebabkan peningkatan frekuensi promosi atau diskon untuk <i>seafood fried rice</i> .	0.717	Valid
5	Faktor lokasi secara konsisten mempengaruhi tingkat harga <i>seafood fried rice</i> yang ditawarkan restoran.	0.707	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Harga ( $X_1$ ) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup ( $X_2$ )

No	Pertanyaan	$R_{hitung}$	Ket.
1	Saya membeli <i>seafood fried rice</i> di Angel's Wing karena rasanya enak dan konsisten setiap kunjungan	0.795	Valid
2	Saya lebih menyukai <i>seafood fried rice</i> di Angel's Wing dibandingkan <i>seafood fried rice</i> yang dijual tempat lain.	0.820	Valid
3	Favorit saya terhadap <i>seafood fried rice</i> dipengaruhi oleh variasi topping <i>seafood</i> yang ditawarkan pada menu.	0.727	Valid
4	Saya memilih makanan yang mencerminkan gaya hidup yang saya sukai.	0.818	Valid
5	Keputusan saya untuk merekomendasikan <i>seafood fried rice</i> Angel's Wing kepada teman/keluarga dipengaruhi oleh pengalaman keseluruhan (rasa, harga, layanan, suasana).	0.796	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan ( $X_3$ )

No	Pertanyaan	$R_{hitung}$	Ket.
1	Pendapatan saya berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan Anda ke Angel's Wing untuk membeli <i>seafood fried rice</i> ?	0.831	Valid
2	Peningkatan pendapatan bulanan membuat saya lebih sering memilih nasi goreng seafood dibanding opsi nasi goreng lain di resto/bar Angel's Wing?	0.831	Valid
3	Pendapatan berpengaruh terhadap jumlah porsi <i>seafood fried rice</i> yang Anda pesan pada kunjungan ke Angel's Wing?	0.816	Valid
4	Perubahan pendapatan pribadi saya memengaruhi preferensi saya terhadap kualitas bahan seafood yang digunakan dalam <i>seafood fried rice</i> di Angel's Wing?	0.852	Valid
5	Pendapatan saya mempengaruhi preferensi saya terhadap harga <i>seafood fried rice</i> dibanding variasi menu lain yang tersedia di Angel's Wing?	0.849	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Pendapatan ( $X_3$ ) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Kuliner ( $X_4$ )

No	Pertanyaan	$R_{hitung}$	Ket.
1	Citra kuliner <i>seafood fried rice</i> di Angel's Wing mempengaruhi keputusan pembelian saya di resto/bar tersebut	0.835	Valid

2	Citra kuliner <i>seafood fried rice</i> menjadi pertimbangan utama saya ketika memilih untuk membeli di Angel's Wing dibanding resto/bar lain.	0.880	Valid
3	Rasa dan kualitas cita rasa <i>seafood fried rice</i> secara signifikan meningkatkan kepuasan saya setelah melakukan pembelian di Angel's Wing	0.852	Valid
4	Pelayanan dan kecepatan penyajian <i>seafood fried rice</i> di Angel's Wing berdampak pada niat ulang pembelian saya	0.832	Valid
5	Preferensi merek/brand Angel's Wing sebagai tempat membeli <i>seafood fried rice</i> mempengaruhi keputusan pembelian saya dibanding opsi lain di Bengkulu.	0.891	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Citra Kuliner (X5) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Dukungan Teman Sebaya (X5)

No	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Ket.
1	Rekomendasi atau dorongan dari teman sebaya mempengaruhi perilaku saya untuk membeli <i>seafood fried rice</i> di tempat tersebut	0.887	Valid
2	Saya cenderung memilih <i>seafood fried rice</i> karena adanya ajakan atau persetujuan dari teman sebaya saat berkunjung ke Angel's Wing?	0.851	Valid
3	Opini teman sebaya mengenai kualitas rasa <i>seafood fried rice</i> mempengaruhi kepuasan Anda setelah pembelian?	0.760	Valid
4	Perilaku teman sebaya (misalnya bersama kelompok) meningkatkan frekuensi kunjungan Anda ke Angel's Wing untuk membeli <i>seafood fried rice</i> ?	0.821	Valid
5	Dukungan dari teman sebaya terhadap pilihan menu <i>seafood fried rice</i> berhubungan dengan persepsi nilai produk (harga, porsi, kualitas) yang Anda rasakan?	0.813	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Dukungan Teman Sebaya (X5) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	Ket.
1	Menurut informasi yang saya dapat maka saya memantapkan pilihan saya dalam membeli menu <i>seafood fried rice</i> .	0.728	Valid
2	Menu <i>seafood fried rice</i> memberikan manfaat yang positif dalam diri saya.	0.695	Valid
	Saya selalu membeli <i>Seafood fried rice</i> di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu.	0.671	Valid
4	Saya merekomendasikan <i>Seafood fried rice</i> kepada kerabat karena tempatnya yang nyaman.	0.763	Valid

5	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian <i>Seafood fried rice</i> makanya saya selalu datang kembali membeli <i>Seafood fried rice</i> disini.	0.605	Valid
6	Pelayanan dari karyawan Angel's Wing Kota Bengkulu sangat ramamembuat saya selalu ingin datang ke Angel's Wing Kota Bengkulu	0.728	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2025 (Lampiran 4).

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah valid. Hal ini dibuktikan bahwa seluruh nilai korelasi pada tiap-tiap item pertanyaan lebih besar dari pada 0,2006 (R tabel).

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *cronbach alpha*, yaitu jika uji reliabilitas bersama sama terhadap seluruh pertanyaan. Sesuatu dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,60. Realibilitas pada setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Pada Instrumen Variabel Harga (X<sub>1</sub>), Gaya Hidup (X<sub>2</sub>), Pendapatan (X<sub>3</sub>), Citra Kuliner (X<sub>4</sub>), Dukungan Teman Sebaya (X<sub>5</sub>), Keputusan Pembelian (Y)

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	<i>Description</i>
Harga	0.805	5	Reliabel
Gaya Hidup	0.847	5	Reliabel
Pendapatan	0.891	5	Reliabel
Citra Kuliner	0.910	5	Reliabel
Dukungan dari sahabat	0.884	5	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.718	6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Dari tabel di atas, dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas instrumen dihitung dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics* 23 diperoleh hasil *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60, maka semua instrumen dinyatakan handal.

Analisis regresi linear berganda adalah Salah satu bentuk analisis regresi linier di mana variabel bebasnya lebih dari satu. Analisis regresi adalah analisis yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya (Sugiyono 2019). Bentuk persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut. Jadi, analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya dua atau lebih Sugiyono, (2021:277). Hasil regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	4.779	2.020	
Harga	.089	.097	.075
Gaya Hidup	.044	.105	.038
Pendapatan	.231	.108	.204
Citra Kuliner	.017	.091	.016
Dukungan Teman Sebaya	.875	.092	.821

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2025 (Lampiran 4).

Dari tabel diatas dapat dibuat persamaan regresinya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 4.779 + 0,089 X_1 + 0,044 X_2 + (-0.231 X_3) + 0.017 X_4 + 0.875X_5 + 2.020$$

Nilai Konstanta regresi sebesar 4.779 artinya jika variabel Harga ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ), Pendapatan( $X_3$ ), Citra Kuliner ( $X_4$ ), dan Dukungan Teman Sebaya ( $X_5$ ) nilainya nol (tidak ada), maka keputusan pembelian (Y) nilainya adalah 4.779. Koefisien regresi sebesar 0,089 artinya jika variabel Harga ( $X_1$ ) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,089 koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara Harga terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Koefisien regresi sebesar 0,44 artinya jika variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,44 koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Koefisien regresi sebesar 0,231 artinya jika variabel Pendaptan ( $X_3$ ) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,231 koefisien bernilai bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Koefisien regresi sebesar 0.017 artinya jika variabel Citra Kuliner ( $X_4$ ) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan yang sangat kecil yaitu sebesar 0.017 atau sebesar 17%. Hubungan citra kuliner terhadap keputusan pembelian tidak signifikan (p-value lebih besar dari 0.05). Koefisien 0.875 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit pada Dukungan Teman Sebaya akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0.875. Ini memiliki pengaruh yang sangat besar dan signifikan secara statistik (p-value < 0.05).

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model

mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Hasil uji determinasi di dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.558	2.088

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025 (Lampiran 4)

Nilai R adalah 0.762. Ini menunjukkan adanya korelasi positif yang cukup kuat antara prediksi model dan data aktual untuk Keputusan Pembelian. Nilai R yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model lebih baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

R Square ( $R^2$ ) adalah 0.581. Ini berarti sekitar 58.1% dari variasi dalam variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model (Harga, Gaya hidup, Pendapatan, Citra Kuliner, Dukungan Teman Sebaya). Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik model tersebut dalam menjelaskan variabilitas data. Nilai Adjusted R Square adalah 0.558. Ini adalah nilai  $R^2$  yang disesuaikan untuk jumlah variabel independen dalam model. Adjusted  $R^2$  digunakan untuk memperbaiki bias yang terjadi ketika ada terlalu banyak variabel independen. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik dalam menjelaskan data setelah memperhitungkan jumlah variabel.

Nilai yang lebih rendah dari  $R^2$  (0.581) ini terjadi karena Adjusted  $R^2$  mempertimbangkan jumlah prediktor dalam model dan memberikan penyesuaian untuk kompleksitas model. *Standard Error of the Estimate* adalah 2.088. Ini menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model. Semakin rendah nilai standar error, semakin akurat model dalam memprediksi nilai-nilai variabel dependen. Nilai 2.088 menunjukkan bahwa rata-rata prediksi model memiliki kesalahan sekitar 2.088 unit dalam skala variabel dependen.

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Ghazali, (2021:148). Kriteria pengujian ini melibatkan membandingkan nilai t yang dihitung dengan tabel t; Hipotesis diterima jika nilai t hitung lebih besar dari  $t_{table}$ . Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel, hipotesis ditolak. Nilai t tabel dihitung sebagai  $(\alpha/2; n-k-1)$ , di mana tingkat

keyakinan ( $\alpha$ ) ditetapkan pada 0,05, n menunjukkan jumlah sampel, dan k menunjukkan jumlah variabel independen, maka  $(100-6=94)$ . Hasil uji t atau uji persial ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	4.779	2.020		
Harga	.089	.097	.075	.923	.359
Gaya Hidup	.044	.105	.038	.416	.679
Pendapatan	.231	.108	.204	2.141	.035
Citra Kuliner	.017	.091	.016	.184	.855
Dukungan Teman Sebaya	.875	.092	.821	9.532	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil keputusan bahwa Harga ( $X_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.923 > t_{tabel} 1.661$  dan sigfinikasi  $0,359 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  diterima, berarti Harga ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen cenderung menempatkan aspek lain seperti suasana, kebersamaan sosial, atau pengalaman kuliner di atas pertimbangan harga. Ini terjadi karena segmentasi pasar Angel's Wing lebih didominasi oleh konsumen kelas menengah atau konsumen rekreatif, yang lebih fokus pada pengalaman daripada efisiensi biaya. Selain itu, adanya hiburan malam menjadikan harga sebagai faktor sekunder dibandingkan *value for experience*. Gaya hidup ( $X_2$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.416 < t_{tabel} 1.661$  dan sigfinikasi  $0,679 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu.

Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena preferensi kuliner di Angel's Wing belum sepenuhnya menjadi bagian dari ekspresi gaya hidup responden. Meskipun restoran ini menyajikan atmosfer yang mendukung gaya hidup modern atau hedonis, tetapi *consumer behavior* lokal belum mengasosiasikan konsumsi *seafood fried rice* sebagai simbol gaya hidup. Hal ini juga bisa menunjukkan bahwa pilihan mereka lebih dipengaruhi oleh faktor situasional (seperti ajakan teman atau acara) ketimbang gaya hidup pribadi. Pendapatan ( $X_3$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 2.141 > t_{tabel} 1.661$  dan sigfinikasi  $0,035 < 0,050$  maka hasil dari hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, berarti pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu.

Pendapatan berpengaruh signifikan karena konsumen yang memiliki penghasilan lebih tinggi cenderung memiliki daya beli yang lebih fleksibel, sehingga lebih mampu membeli produk seperti *seafood fried rice* di tempat dengan harga premium seperti Angel's Wing. Konsumen dengan pendapatan stabil juga cenderung tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga, dan lebih fokus pada kualitas serta pengalaman makan. Citra Kuliner ( $X_4$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.184 < t_{tabel} 1.661$  dan signifikansi  $0.855 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti citra kuliner tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu.

Citra kuliner tidak berpengaruh signifikan karena konsumen belum memiliki persepsi merek yang kuat terhadap produk *seafood fried rice* di Angel's Wing. Artinya, meskipun Angel's Wing memiliki keunggulan visual dan fasilitas, tetapi citra produknya (khususnya *seafood fried rice*) belum cukup menonjol atau dibedakan dari restoran lain. Ini juga dapat menunjukkan bahwa konsumen tidak menjadikan reputasi menu tertentu sebagai pertimbangan utama dalam pembelian, melainkan lebih karena faktor eksternal seperti suasana tempat atau sosialiasi. Dukungan Teman Sebaya ( $X_5$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 9.532 > t_{tabel} 1.661$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, berarti dukungan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *seafood fried rice* di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Dalam konteks restoran dengan nuansa hiburan malam, seperti Angel's Wing, keputusan pembelian sering kali bersifat kolektif atau dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Rekomendasi, ajakan, atau pengalaman bersama teman sebaya menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen untuk mencoba dan membeli produk tertentu. Ini mencerminkan peran besar pengaruh sosial dan konformitas kelompok dalam perilaku konsumsi hiburan.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama, apakah terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang di uji pada tingkat signifikansi 0,05. Ghazali, (2021:148). Kriteria pengujian ini melibatkan perbandingan nilai F hitung dengan tabel F; jika nilai F hitung melebihi tabel F, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih kecil dari tabel F, maka hipotesis ditolak. Nilai tabel F pada tingkat kepercayaan 5% (0,05) ditentukan oleh rumus  $(k; n-k)$ , di mana n menyatakan ukuran sampel dan k menyatakan banyaknya variabel independen. Jadi,  $(96-1=95)$ .

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	567.328	5	113.466	26.020	.000 <sup>b</sup>
Residual	409.912	94	4.361		
Total	977.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), *Digital Marketing* (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2025 (Lampiran 4)

F-statistic (F-statistik) sebesar 26.020, nilai ini adalah rasio antara kuadrat rata-rata untuk regresi dan kuadrat rata-rata untuk residual. Ini menguji apakah model regresi secara signifikan dapat menjelaskan variansi pada variabel dependen. Nilai F yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model tersebut lebih baik dalam menjelaskan variansi. Sig. (Signifikansi, 0.000) nilai ini menunjukkan p-value untuk F-statistik. P-value kurang dari 0,05 (dalam hal ini 0,000) menunjukkan bahwa model regresi secara statistik signifikan, artinya prediktor-prediktor (harga, gaya hidup, pendapatan, citra kuliner, dan dukungan teman sebaya) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). F-statistik sebesar 26.020 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa model regresi secara statistik signifikan, yang berarti bahwa prediktor-prediktor (harga, gaya hidup, pendapatan, citra kuliner, dan dukungan teman sebaya) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dan uji parsial (uji t), terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, bahwa Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa uji pendapatan (X<sub>3</sub>) menunjukkan  $t_{hitung} 2.141 > t_{tabel} 1.661$  dan sigfinikasi  $0,035 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk seafood fried rice di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Pendapatan (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih mudah melakukan pembelian tanpa dipengaruhi oleh pertimbangan harga. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan teman sebaya (X<sub>5</sub>) menunjukkan  $t_{hitung} 9.532 > t_{tabel} 1.661$  dan sigfinikasi  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti dukungan teman sebaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk seafood fried rice di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Dukungan Teman Sebaya (X<sub>5</sub>) berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Rekomendasi dan ajakan dari teman sebaya menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan pembelian produk ini. Sementara itu, tiga variabel lainnya ; Harga (X<sub>1</sub>), Gaya Hidup (X<sub>2</sub>), dan Citra Kuliner (X<sub>4</sub>) tidak

berpengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks hiburan malam seperti Angel's Wing, konsumen lebih mengutamakan pengalaman sosial dan daya beli, daripada sekadar pertimbangan harga atau citra produk. Berdasarkan hasil uji Harga ( $X_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.923 < t_{tabel} 1.661$  dan signifikansi  $0,359 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti Harga ( $X_1$ ) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk seafood fried rice di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa uji gaya hidup ( $X_2$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.416 < t_{tabel} 1.661$  dan signifikansi  $0,679 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk seafood fried rice di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa uji citra kuliner ( $X_4$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0.184 < t_{tabel} 1.661$  dan signifikansi  $0,855 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti citra kuliner tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk seafood fried rice di Resto Angel's Wing Kota Bengkulu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ashary, R., & Teta, B. (2025). Pengaruh Ongkos Kirim dan Harga terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Grab di Kota Medan. In Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset (Vol. 3, Issue 4, pp. 249–262). Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i4.1984>
- Khamid, N. . (2023). Decolonization at Contemporary Culture ( Study of Social Sciences and Humanities). *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 1(1), 27–40. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i1.56>
- Kustina, F. (2023). Fikih Wanita dan Pemahaman Remaja Putri di Pondok Pesantren Sunan Drajat. *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 1(1), 41–51. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i1.58>
- Mukhlison, M. ., & Arif, M. F. . (2023). Pendidikan Life Skill dan Kemandirian Santri Dalem Pondok Pesantren Haji Ya'qub Lirboyo Kediri. *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 1(1), 52–64. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i1.62>
- Nusfiah, K., & Al Maghfuri, R. S. . (2023). Leadership and Employee Productivity at The Galatta Lestarindo Fertilizer Company. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 39–47. <https://doi.org/10.61231/miftah.v1i1.75>
- Paula, D. Y. ., Boari, Y., Lestari , E. D. ., & Kutumun, W. . (2023). Pembangunan Jembatan Youtefa dan UMKM di Teluk Youtefa Distrik Muara Tami Kota Jayapura. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.61231/miftah.v1i1.29>
- Prihatin, O. N. ., & Wagiman, W. (2023). Gugatan di Pengadilan TUN Terkait Keabsahan SK Caretaker Ketua RT oleh Lurah (Studi Perkara No.xxx/G/2022/PTUN.Jkt). *Multidisciplinary*

*Journal of Education , Economic and Culture*, 1(1), 13–26.  
<https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i1.53>

Putra, A. R. ., & Silfiana, S. (2023). Motivasi Orang Tua Dalam Memilih Sekolah di SDIT Banten Islamic School Kramatwatu Serang Banten. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.61231/miftah.v1i1.68>