

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFÉ WELIJO LAMONGAN**

Rizka Nona Aprilia¹ Mohammad Maskan²

Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang

¹ Rizkanonaa04@gmail.com

² alifmaskan@gmail.com

ABSTRAK

Lokasi dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi perkembangan suatu usaha. lokasi yang strategis dan layanan yang baik dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Welijo Lamongan dengan menggunakan *sampling accidental* diperoleh sebanyak 99 dari konsumen Cafe Welijo Lamongan. Analisa data yang diperoleh yaitu analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis. Hasil dari analisis yang dilakukan peneliti diperoleh kontribusi variable lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,681 (68,1%) sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Welijo

Kata kunci: lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian,

ABSTRACT

Location and quality of service greatly affect the development of a business. strategic location and good service can attract consumers to make purchases. The purpose of this study was to determine the effect of location and service quality on purchasing decisions at Cafe Welijo Lamongan by using accidental sampling obtained as many as 99 of consumers Cafe Welijo Lamongan. Analysis of the data obtained is multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the analysis conducted by researchers obtained the contribution of location variables and service quality to purchasing decisions of 0.681 (68.1%) the rest is influenced by other factors. From the results of this study it can be concluded that the location and quality of service affect purchasing decisions at Cafe Welijo

Keywords: location, service quality, purchasing decisions

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman saat ini membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan, mereka pada umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Café salah satu tempat banyak dipilih yang tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja tetapi juga menawarkan fasilitas yang nyaman bagi pengunjungnya. Selain sebagai tempat berkumpul dan

bersantai, café juga sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Cepat atau lambat cafe harus memperbaiki kemampuannya untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya. Kiblat cafe adalah para pelanggan dan semua bekerjasama untuk melayani dan memuaskan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen café Welijo Lamongan

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen café Welijo Lamongan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris berisikan telaah pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Pengertian Lokasi

Variabel *place* atau tempat dalam bauran pemasaran didefinisikan sebagai proses dari mendapatkan produk ke tempat dimana produk tersebut akan dijual (Dias & Shah,2009:318).

2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menciptakan kepuasan terhadap konsumen dengan cara produk atau jasa yang ditawarkan harus berkualitas. (Kotler dalam Tjiptono,2006:61).

2.2.3 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Lupiyoadi, (2001: 61-62) interaksi yang mempengaruhi lokasi terhadap keputusan pembelian.

2.3 Hipotesis

H₁ : Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Café Welijo Lamongan.

H₂ : Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian konsumen di Café Welijo Lamongan.

H₃ : Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Café Welijo Lamongan.

3.METODOLOGI

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:14) kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi

Populasi yang digunakan konsumen dari Café Welijo Lamongan. Penelitian selama 1 bulan (April dan Mei 2021) dan yang pernah membeli produk di Café Welijo Lamongan yaitu sebanyak 6.275.

3.3 Sampel

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti dan sampel berjumlah 99 responden

3.4 Teknik Sampling

Penarikan ukuran sampel didasarkan pada teknik penarikan sampel yang menggunakan rumus Slovin.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner, observasi, dan wawancara.

3.7 Metode Analisa

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya dengan baik atau tidak. Menurut Ghozali (2018:51),

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ghazali, (2018)

3.8.3 Uji Heterokedastitas

Uji Heteroskedastisitas menurut Ghazali (2018:137) adalah uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.9 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali,2018:98).

3.10.2 Uji F

Membandingkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan F signifikan $< \alpha = 0,05$ yang berarti variabel

independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen

4.HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang menyatakan bahwa variabel lokasi X1 dan kualitas pelayanan X2 dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70.

4.2 Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dilihat bahwa seluruh item pertanyaan alat ukur variabel lokasi X1 dan kualitas pelayanan X2 dinyatakan valid.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil uji normalitas

Data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi linier memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan *variance inflation factor* (VIF) lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil penelitian tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa dilihat pada *adjusted R square* sebesar 0,681 (68,1%). Artinya bahwa variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sedangkan sisanya dipengaruhi

oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,241 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$ dengan nilai $0,000 < 0,05$ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian diterima. Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,723 > 1,660$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (α) menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_2) yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.

4.5.2 Hasil Uji F

Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $105,605 > 3,09$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan hasil nilai penelitaian statistik bahwa hipotesis (H_3) yang menyatakan variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.

5. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa Pembeli di Café Welijo Lamongan rata-rata berusia muda dikalangan mahasiswa

5.2 Saran

Saran dari penelitian ini yang dapat diberikan kepada pihak Cafe Welijo Lamongan selaku pemilik sebaiknya tetap memperbaharui dan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan ramah. selalu melakukan inovasi produk, memberikan penetapan harga yang

baik guna daya beli konsumen tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

Adyon Amra Alfarian, 2018. "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Golden Minimarket Kota Batu, *Jurnal Administrasi Bisnis Polinema*.

Dr. (Cand) Suhardi, S.E., M.M., Pengantar Manajemen, (Yogyakarta, 2018)

Dr. (Cand) Suhardi, S.E., M.M. (2018:283), bauran pemasaran (*marketing mix*), (Yogyakarta, 2018)

Erwan Agus Purwanto, Ph.D, Metode Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta, 2017)

Fandy Tjiptono, Service Management, (Yogyakarta: ANDI, 2012)

Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014)

Justin G. Longenecker, dkk, Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

Mursid M. 2015. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Bumi Aksara

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV Alfabeta

Wawancara dengan owner Café Welijo Lamongan, pada tanggal 16 Februari 2021.