

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen Kriwul Coffee Jl. Sunan Kalijaga Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Nita Prihatiningrum
21901081253



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG
2023**

ABSTRAK

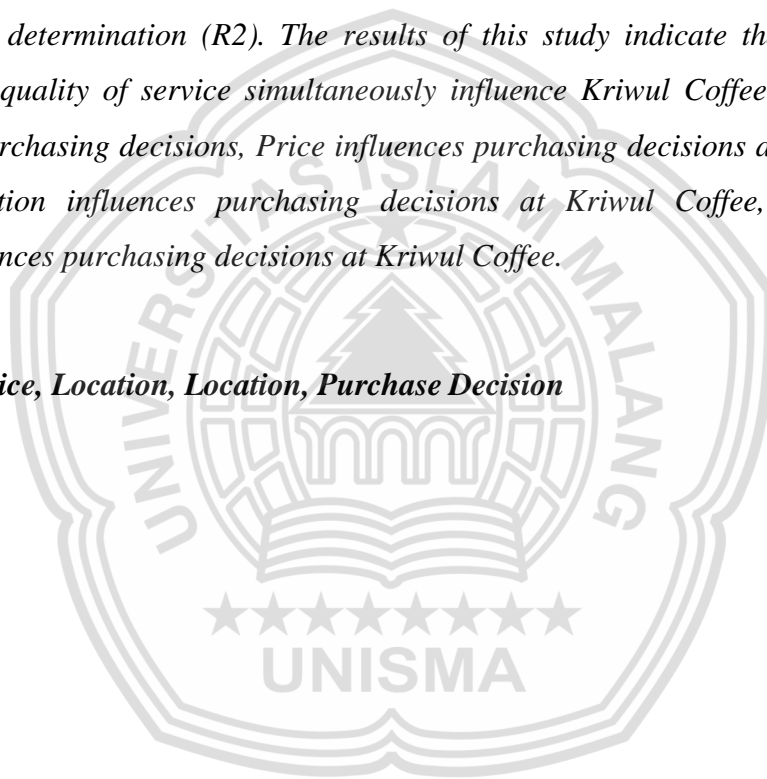
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen Kriwul Coffee Malang. Sampel yang diperoleh pada penelitian ini yaitu 85 responden. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer dengan menggunakan penyebaran kuesioner dan dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data menggunakan SPSS versi 25. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen: uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik: uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis: uji parsial dan uji sobel dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Kriwul Coffee Malang, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kriwul Coffee, Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kriwul Coffee, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kriwul Coffee.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the price, location and quality of service influence the purchasing decisions of Kriwul Coffee Malang consumers. The samples obtained in this study were 85 respondents. The data used are secondary data and primary data using questionnaires and selected by purposive sampling. Data analysis used SPSS version 25. The data analysis method used was instrument test: validity and reliability test, normality test, classic assumption test: multicollinearity test and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing: partial test and simultaneously test and test coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that price, location and quality of service simultaneously influence Kriwul Coffee Malang consumers' purchasing decisions, Price influences purchasing decisions at Kriwul Coffee, Location influences purchasing decisions at Kriwul Coffee, Service Quality influences purchasing decisions at Kriwul Coffee.

Keywords: *Price, Location, Location, Purchase Decision*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

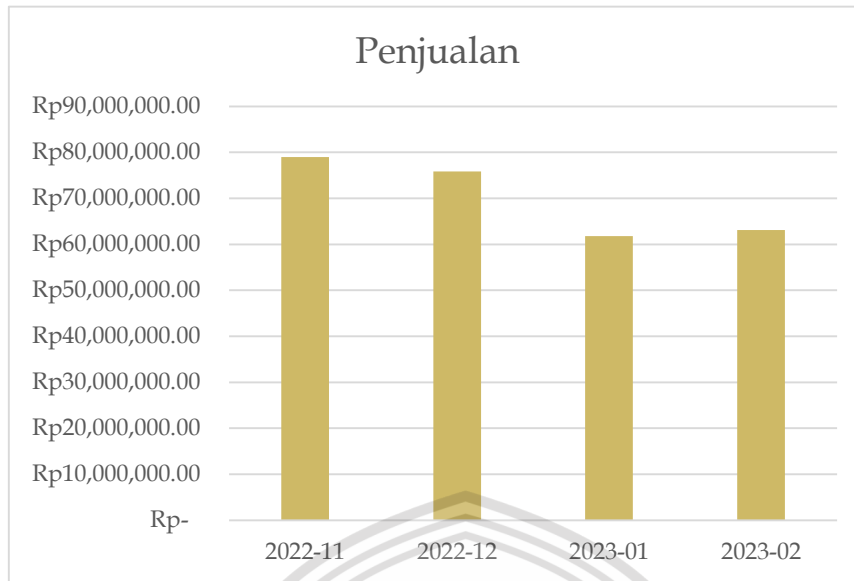
Era perkembangan globalisasi di dunia semakin hari semakin pesat, hal ini membuat pengusaha lebih berusaha bekerja keras agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen. Semakin berkembangnya zaman banyak karya dan inovasi yang di hasilkan oleh pengusaha, salah satunya warung kopi. Terutama di Kota Malang yang sebagian besar penduduknya pendatang dari luar kota yakni mahasiswa yang senang begadang, kumpul bersama teman-teman maupun nongkrong. Hal ini yang menyebabkan berkembang pesatnya warung kopi di Kota Malang, karena setiap tahun jumlah pendatang semakin bertambah sehingga tempat warung kopi memiliki kebutuhan yang semakin tinggi. Hal ini menjadi salah satu ketertarikan para konsumen karena harga terjangkau dan fasilitas yang memadai.

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (2018), konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 249.800 ton. Pada 2018, angkanya tumbuh menjadi 314.400 ton. Ke depannya konsumsi kopi Indonesia diprediksi terus tumbuh rata-rata sebesar 8,22 persen per tahunnya. Kemudian pada 2021, konsumsi kopi diprediksi mencapai angka 370.000 ton. Terus meningkatnya angka konsumsi kopi di Indonesia itu tentunya dapat menjadi angin segar bagi para pengusaha kopi di Indonesia. Meski begitu, para pengusaha kopi tidak boleh lengah dalam menjalankan bisnisnya. Mereka harus bisa memenuhi permintaan kopi yang

makin meningkat, serta konsisten menyajikan kopi kualitas terbaik agar tetap diminati konsumen.

Berkembang pesatnya warung kopi salah satunya Kriwul Coffee yang terkenal di kota Malang, berlokasi di jalan Sunan Kalijaga No. 2, Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Setiap hari banyak pengunjung yang berdatangan di Kriwul coffee dari kalangan mahasiswa maupun non mahasiswa. Warung ini mempunyai tempat untuk bermain biliard, dimana konsep ini dapat menarik konsumen, warung ini juga menyediakan berbagai jenis-jenis kopi dan makanan. Para konsumen dapat mempengaruhi nama baik warung kopi Kriwul coffee karena semakin banyak pengunjung semakin menunjukkan bahwa Kriwul Coffee memberikan kualitas baik terhadap produk dan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara pada bulan 04 November 2022 dengan pemilik warung kopi Kriwul Coffee Malang yang bernama Muharam Puatingga menjelaskan seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya suatu bisnis dapat memicu pemasaran dengan berbagai bentuk untuk menarik konsumen. Dari hasil wawancara pemilik warung kopi menjelaskan bahwa harga salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap konsumen, pemilik warung kopi Kriwul Coffee Malang memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan yang didapat oleh konsumen.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Bulan November-Februari (2022-2023)

Sumber : Penjualan Kriwul Coffee Malang bulan November-Februari (2022-2023)

Dapat dilihat dari data grafik di atas menjelaskan penjualan pada Kriwul Coffee pada bulan November 2022 - Februari 2023. Pada bulan November mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 78,940,990.00 dan pada bulan Desember mengalami penurunan sebesar Rp. 75,863,952.00 Pada bulan Januari mengalami penurunan sebesar Rp. 61,796,260.00 Pada bulan Februari mengalami kenaikan sebesar Rp . 63,093,328.00. Dapat dilihat bahwa Kriwul Coffee Malang mengalami penurunan dari bulan November ke Februari. Hal ini mengharuskan Kriwul Coffee Malang meningkatkan beberapa faktor-faktor untuk menjaga keseimbangan penjualan.

Era perkembangan zaman saat ini persaingan usaha warung kopi juga semakin ketat dikarenakan begitu banyak warung-warung kopi yang tentunya mempunyai keunggulan tersendiri dalam produknya. Selain mempunyai keunggulan dalam hal rasa, desain warung maupun keunikan dalam penyajian,

warung kopi juga memiliki pangsa pasar tersendiri. Dengan begitu banyaknya usaha dalam mendirikan warung kopi menjadikan pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (Schiffman *et al*, 2008). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh bagaimana caranya dalam menarik pembeli dan masih banyak lagi faktor lainnya. Dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat pengusaha harus mampu mengetahui terlebih dalam apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian bagaimana cara agar dapat memberi kepuasan terhadap pelanggan.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat yang selain menjadikan minum kopi sebagai gaya hidup (*lifestyle*) dan persaingan warung kopi yang saat ini cukup ketat, memacu pengusaha untuk memberikan harga yang relatif terjangkau bagi pelanggan. Harga merupakan sejumlah nilai mata uang yang dapat ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2001) harga menjadi suatu pemicu untuk meningkatnya suatu kinerja pemasaran dan konsumen, sehingga para konsumen berfikir harga yang mahal akan mendapatkan produk dengan kualitas baik sedangkan harga murah mendapatkan produk dengan kualitas yang rendah (Ferdinan, 2002). Hal ini menunjukkan apabila produk yang dibeli konsumen memberikan hasil yang memuaskan, dapat didefinisikan bahwa penjualan total perusahaan cenderung memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dengan mendapatkan pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau akan menimbulkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh ketepatan dalam memilih lokasi, lokasi berpengaruh dalam keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi merupakan salah satu faktor penting sebagai tempat penunjang kegiatan suatu usaha, diharapkan bagi pengusaha yang akan menjalankan aktivitasnya, baik usaha manufaktur maupun usaha jasa harus memperhatikan terlebih dahulu dimana menentukan lokasi kegiatan usaha yang akan beroperasi. Lupiyoadi mengatakan, bahwa lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya akan tersingkir dari persaingan bisnis oleh pengusaha lain yang lebih mampu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Seorang pelaku bisnis juga harus memperhatikan beberapa faktor dalam memilih lokasi dalam mendirikan usaha, diantaranya yaitu akses yang mudah dijangkau, visibilitas kemudahan untuk dilihat dan lalu lintas yang banyak dilewati lalu lalang sehingga menjadikan peluang yang baik ke depannya.

Selain harga dan lokasi, faktor lain dalam mempengaruhi keputusan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan mendapatkan kepuasan dan akan besar kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk kembali membeli produknya. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan referensi yang baik bagi orang lain.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 20 konsumen Kriwul Coffee Malang menggunakan *google form*, mengatakan bahwa mereka melakukan keputusan pembelian (memilih) dengan mempertimbangkan harga yang relatif terjangkau. Konsumen juga mempertimbangkan lokasi yang strategis serta mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kriwul Coffee Malang. Dengan begitu muncul keputusan pembelian terhadap konsumen Kriwul Coffee Malang.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Kriwul Coffee Malang Jl. Sunan Kalijaga Kota Malang).**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Kriwul Coffee.
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kriwul Coffee ?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kriwul Coffee ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kriwul Coffee ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Kriwul Coffee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kriwul Coffee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kriwul Coffee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kriwul Coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini :

- a. Bagi praktisi

Manfaat penelitian ini sangat berguna dalam dunia praktis sebagai saran untuk pembaca refrensi skema harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

- b. Bagi Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian terutama untuk konsumen kriwul coffee.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian studi kasus konsumen Kriwul Coffee Malang. Berdasarkan penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kriwul Coffee.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada KriwulCoffee.
3. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kriwul Coffee.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kriwul Coffee

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini ada keterbatasan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini proses pengambilan data terhadap konsumen dengan melakukan penyebaran kuesioner (*google form*) dengan jumlah responden yang terlalu sedikit. Penelitian tidak bisa melakukan wawancara secara langsung karena keterbatasan waktu peneliti. Demikian banyak responden menjawab pertanyaan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel yaitu harga (X1), lokasi (X2), kualitas pelayanan (X3) dan keputusan pembelian (Y).

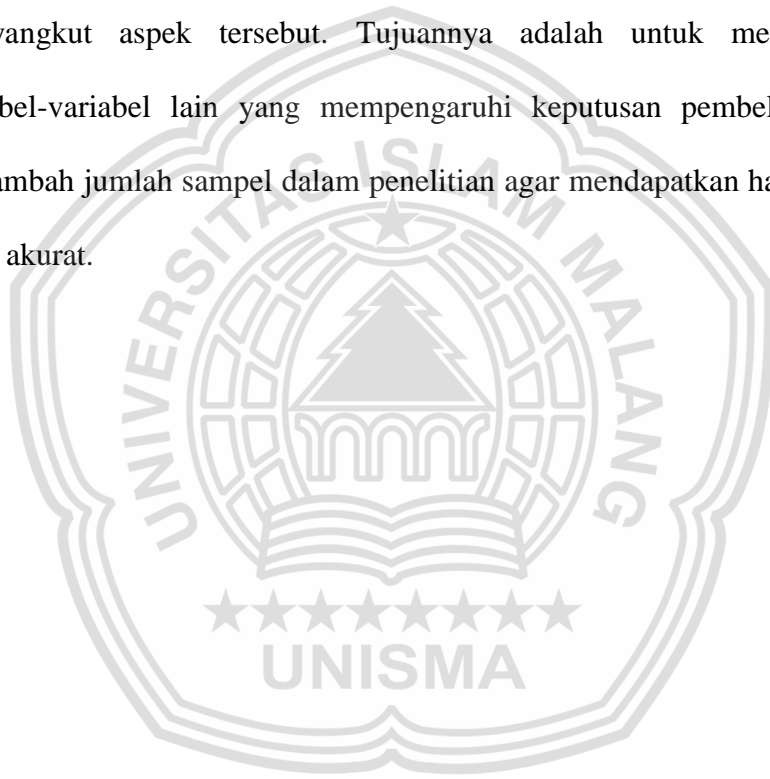
5.3 Saran

1. Saran Terhadap Kriwul Coffee

Dalam hasil penelitian perusahaan disarankan untuk menyusun strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi lokasi, dan kualitas pelayanan yang positif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti menambahkan variabel-variabel lain yang menyangkut aspek tersebut. Tujuannya adalah untuk mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dan menambah jumlah sampel dalam penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.



Daftar Pustaka

- Andriano Dwi Mardani, Ahmad Yani dan Siti Napisah. 2020. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkal pinang. JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkal pinang, Vol 6, No. 1, Edisi Jan-Juni 2020, hal 96-104.
- Anna Yulianingsih. 2017. Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar 88 Tangerang.
- Dedy Ansari Harahap. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3.
- Fandy Tjiptono. 2009. Strategi Pemasaran Jasa. CV. Andi:Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi ke dua. Andi :Yogyakarta
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom> ISSN (Online): 2337-3792.
- Firda Nuraini, Ivo Novitaningtyas 2022. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan Sumber Daya Manusia e-ISSN: 2745-7257 Vol. 3, No. 2 Juni 2022
- Fitria Ika Agustina. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung-Warung Pecel Di Blitar. Jurnal Solid ASM Mataram – Volume 8 No 2 Tahun 2018. ISSN: 2087-8931.
- Hendra Fure. 2013. Jurnal EMBA 273 Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 273-283. ISSN 2303-1174.
- Heri Diyan Kurniawan 2018) Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta)”. Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 4 April 2018
- Irawan Jati Kusumo, Etna Nur Afri Yuyetta. 2108. Pengaruh Independensi, Kompetensi, Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting> ISSN (Online): 2337-3806.
- Julian Aryandi, Onsardi. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)e-

ISSN 2723-424X ||Volume||1||Nomor||1||Juli ||2020|| Website: www.jurnal.imsi.or.id.

- Kelvinia, M. Umar Maya Putra dan Nasrul Efendi. 2021. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *ISSN 2622-6421* Volume 11, Nomor 02, Oktober 2021.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kusmanto Kusmanto, Mita Widi Astuti. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV Pesona Utama Semarang. *CEMERLANG* Vol.1, No.1 FEBRUARI 2021 e-ISSN: 2962-3596; p-ISSN: 2962-3596, Hal 18-33.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Nadiastika Hayyuna Zahra dan Suharyono Edy Yulianto. 2016. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen di Rumah Makan Kimbap Rina, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 37 No. 2 Agustus 2016
- Nadila Rismaeka, Susanto. 2021. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Kitchen Cafe”. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* Vol. 19, No. 4 Desember 2021, Hal 267-278. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang P-ISSN : 1412-5331, E-ISSN : 2716-2532.
- Meidina Riswandi, S. (2016). PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *SMARTPHONE IPHONE* DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG) Oleh Suci Meidina Riswandi Universitas Brawijaya , Jl . MT . Haryono 165 , M. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Mega Ria Dewanto, Salamatus Asakdiyah. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Swalayan Nabila Yogyakarta. *JURNAL FOKUS*, Volume 5, Nomor 1 Maret 2015. Universitas Ahmad Dahlan
- Mufid Andrianata, Judi Suharsono, M Novan Fithrianto. 2022. Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Gatsu Probolinggo. Vol 5 No 2, Juni 2022 E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 1214-1226.
- Schiffman et al. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, F. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Tjiptono, F.