

PENGARUH LOKASI KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
BINGSOOCAFE KOTA MALANG
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh: ZARKASIH SURYAWAN

NPM. 21801081198



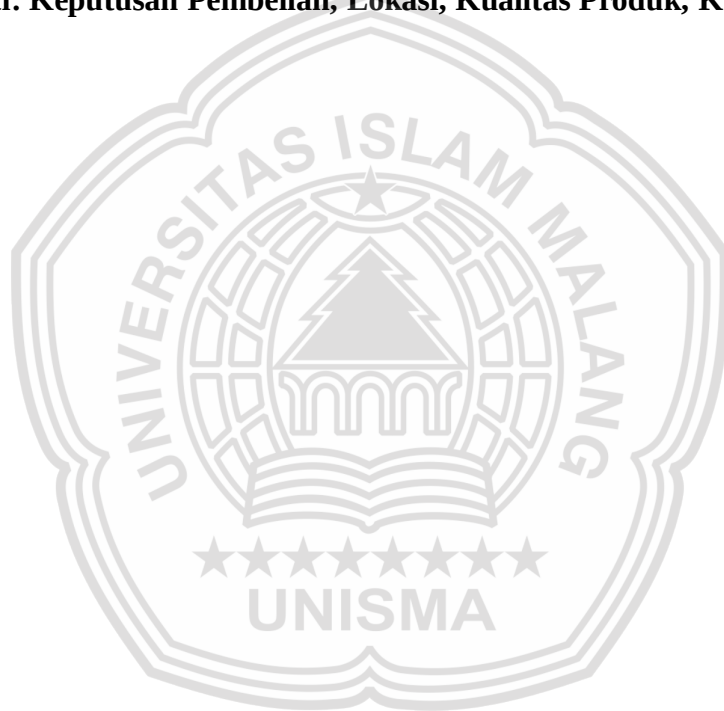
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNISPROGRAM STUDI
MANAJEMEN

2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh: 1.Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. 2. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. 3. Kualitas Pelayanan, dan 4.Harga terhadap Keputusan Pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling yaitu accidental sampling adalah metode pengambilan sampel yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Penentuan sampel ini menggunakan rumus Malhotra dan diperoleh data sebanyak 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan disini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga



Abstract

This research aims to determine and analyze the influence of: 1. Location on purchasing decisions. 2. Product Quality on Purchasing Decisions. 3. Service Quality and Price on Purchasing Decisions. The sampling technique used is a non- probability sampling technique, namely Accidental Sampling, which is a sampling method that is in accordance with the criteria in the research. This sample was determined using the Malhotra formula and data was obtained for 100 samples. The data analysis method used here is Multiple Linear Regression Analysis. It can be concluded that price has a negative and significant effect on purchasing decisions and product quality has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Purchasing Decisions, Location, Product Quality, Service Quality, Price*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk Indonesia menjadi dampak krisis ekonomi yang terjadi berkurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia. Bahkan sebagian perusahaan besar di Indonesia telah melakukan pengurangan jumlah tenaga kerja pada perusahaannya. Untuk menghindari hal semacam ini, banyak pengusaha yang memutuskan mendirikan usaha hanya untuk penghasilan sampingan maupun sebagai sumber penghasilan utama. Beraneka macam bidang usaha mulai banyak bermunculan seperti bisnis catering, bisnis dibidang event organizer, bisnis dibidang tour and travel dan yang paling banyak ditemui ialah bisnis kuliner. Perkembangannya dipengaruhi oleh tingkat ekonomi penduduk indonesia. Hal ini terlihat dari bertambahnya jumlah perusahaan gastronomi dengan konsep yang berbeda- beda. Misalnya bisnis keluarga, pedagang kaki lima, konsep kafe. Bisnis kuliner cukup menjanjikan karena menyediakan kebutuhan pokok setiap manusia makanan. Perkembangan usaha cafe dapat dilihat melalui jumlah cafe dan UMKM yang ada di Malang dari tahun 2018 sampai tahun 2020 terus mengalami peningkatan jumlah UMKM dengan beranekaragam konsep dan ciri khas untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Berkaitan dengan hal tersebut, berikut adalah tabel UMKM yang ada di Kota Malang dari tahun 2018 sampai 2020

No	Kecamatan Di Kota Malang	Jumlah dan Tempat Usaha		
		2018	2019	2020
1	Lowokwaru	1114	1114	1112
2	Kedungkandang	1815	1815	1803
3	Blimbing	2656	2656	1670
4	Sukun	3409	3409	3674
5	Klojen	8027	8027	7812
6	Kota Malang	17021	17021	17071

Sumber: Data BPS 2020 UMKM Kota Malang

Menurut (Kotler, 2011), keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil oleh konsumen apakah dia membeli suatu produk atau tidak. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk dan jasa, konsumen biasanya selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal masyarakat.

Lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat, lokasi fisik yang memiliki fungsi strategis karena dapat membantu menentukan pencapaian tujuan unit bisnis (Sriyadi, 2011). Lokasi atau tempat atau letak adalah tempat dimana perusahaan itu didirikan (Manullang, 2011). Jadi, lokasi di sini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.

Kualitas produk sendiri termasuk dalam salah satu syarat yang menentukan untuk memberi keputusan pembelian, semakin suatu produk itu berkualitas semakin diminati banyak orang dan diinginkan. Oleh karena itu, dalam suatu proses jual beli

barang maupun jasa orang-orang merasakan produk itu berkualitas baik atau tidak. Kualitas produk menurut Deny Irawan dan Edwin Japariant, adalah sekumpulan karakteristik produk dan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pemahaman kombinasi dari daya tahan, kehandalan, akurasi, kemudahan perawatan dan fitur produk lainnya.

Kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Layanan yang memuaskan konsumen mengarah pada pembelian berulang dan karenanya lebih banyak penjualan. (Kotler, 2010:297). Semakin tinggi kualitas, semakin tinggi tingkat di mana orang membuat keputusan pelanggan. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:154) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kualitas yang secara konsisten dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pada dasarnya definisi kualitas pelayanan menitikberatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan dapat memenuhi harapan konsumen. (Wijaya, 2011:152).

Selain itu harga juga merupakan suatu nilai barang maupun jasa yang diukur dengan jumlah uang untuk melakukan proses pembelian. Harga sendiri ada beberapa unsur yaitu daftar harga, diskon, syarat pembayaran, kredit, dan periode pembayaran. (Kotler dan Armstrong 2018:308) mengatakan dibebankan untuk suatu produk atau layanan, (Tjiptono 2016: 19) menjelaskan harga sebagai. Tingkat harga yang Anda tetapkan memengaruhi volume penjualan Anda. Selain itu, volume penjualan

mempengaruhi biaya yang dikeluarkan untuk efisiensi, sehingga harga juga tidak secara langsung mempengaruhi biaya. produksi.

Oleh karena itu lalu muncul pertanyaan apakah Lokasi, Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian? Maka penulis coba meneliti apakah lokasi yang dipilih sudah strategis dan mudah diakses serta produk makanan tersebut apa benar berkualitas dengan pelayanan bagaimana yang termasuk baik atau tidak, lalu harga tersebut sudah terjangkau dan murah terhadap semua kalangan muda maupun tua di Kota Malang. Karena hal tersebut mempengaruhi minat konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk di café Bingsoo.

Untuk itu penulis menyusun skripsi ini menetapkan judul **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Bingsoo di Kota Malang”**

1.1 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penjelasan mengenai Lokasi, Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang relevan terhadap konsumen?
2. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian?
5. Bagaimana pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Demi memahami apakah berpengaruh lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan.
2. Demi memahami apakah berpengaruh lokasi pada keputusan pembelian.
3. Demi memahami pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian.
4. Demi memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
5. Demi memahami apakah berpengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

6. Untuk Masyarakat Riset ini memungkinkan masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian. Kelebihan dan kualitas dari produk Bingsoo Cafe ini adalah memiliki menu Korea dan dessert yang khas, sehingga membeli makanan di Bingsoo Cafe dapat menjadi pilihan masyarakat.
7. Untuk bisnis, temuan studi ini diharapkan dapat lebih bermanfaat dalam menentukan bagaimana sistem penentuan posisi, kualitas produk dan layanan, harga, dan efektivitas lokasi dapat dievaluasi dan ditingkatkan di masa mendatang dan biaya.
8. Universal Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk menambah pengetahuan yang sudah ada dan dapat menjadi sumber tambahan bagi peneliti sebelumnya.

9. untuk para ilmuwan. Hal ini sangat membantu peneliti yang ingin terjun ke dunia bisnis karena pebisnis harus mampu bersaing. Pengusaha harus lebih kreatif ketika memasarkan produk mereka berdasarkan lokasi, kualitas produk, kualitas layanan, dan harga seiring dengan berkembangnya ekonomi global.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Adapun tujuan penelitian ini agar mengetahui apakah variabel lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

- a. Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan pada Keputusan pembelian.
- b. Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- d. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- e. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Variabel yang digunakan peneliti hanya Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga.

- b. Keterbatasan waktu yang dimiliki responden sehingga banyak responden yang menolak ketika peneliti meminta responden untuk mengisi kuesioner.
- c. Responden dalam penelitian ini mayoritas konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di Bingsoo café dan untuk usia responden yang digunakan berumur 18-40
- d. Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Malang saja dengan jumlah responden yang terbatas yaitu 100 orang.

5.3 Saran

- a. Bagi pihak perusahaan

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Lokasi tidak terlalu berpengaruh, sedangkan untuk kualitas produk dan kualitas pelayanan sendiri disarankan lebih ditingkatkan lagi demi mempertahankan konsumen untuk melakukan pembelian. Dan untuk Harga sendiri diharapkan menjaga Harga agar stabil untuk kebaikan bingsoo café kedepannya.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharap supaya lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel dan mencari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, Mia Siti. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung. Diss. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas, 2016.
- ARIANTO, DWI PUTRA HENDRO. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE KOPISAE. Diss. STIESIA SURABAYA, 2020.
- Arianty, Nel. "Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung." Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis 16.2 (2016).
- Baskara, Isnain Putra, and Guruh Taufan Hariyadi. "Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial." Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang (2014): 1-15.
- Daulay, Nurjannah. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada ayam penyet surabaya jl. dr. Mansyur Medan). Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- Donal, Andrinald. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Kafe (Cafe Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi (Coffee Shop) Kubik Koffie Padang. Diss. Universitas Andalas, 2016.
- Kotler, P. "Manajemen Pemasaran, terjemahan Benyamin Molan jilid 1." Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (2005).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Larosa, Septhani Rebeka, and Sugiarto SUGIARTO. Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada warung-warung makan di sekitar Simpang Lima Semarang). Diss. Universitas Diponegoro, 2011.
- Martiana, Rina, and Sheli Apriani. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DEUMDEE RANGKASBITUNG." The Asia Pacific Journal Of Management Studies 6.2 (2019).

- Martono, Nanang. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyono, Bayu Hadyanto (2008) *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PERUMAHAN PURI MEDITERANIA SEMARANG)*
- Polla, Febriano Clinton, Lisbeth Mananeke, and Rita N. Taroreh. "Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6.4 (2018).
- Raharjani, Jeni. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja (studi kasus pada pasar swalayan di kawasan seputar Simpang Lima Semarang)." *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)* 2.Nomor 1 (2005): 1-15.
- Rahmat, Ilham. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- Ratnasari, Aprillia Dewi. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 3.3 (2016).
- Reven, Daniel, and Augusty Tae Ferdinand. "Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)." *Diponegoro Journal of Management* 6.3 (2017): 152-164.
- Rutoto, Sabar. 2007. *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria Kudus
- Sari, Desi Permata. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2.4 (2021): 524-533.
- Setiawan, Margaretha Fiani. "Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo." *Jurnal Strategi Pemasaran* 1.1 (2013).
- Soenawan, Alfredo Dwitama, Edward Stephen Malonda, and Adriana Aprilia. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 3.2 (2015): 395-409.

- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: AFABETA, cv.
- Suryani, Ade Nia, Sri Gustini, and Ika Rakhmalina. "Pengaruh persepsi terhadap keputusan konsumen di sekayu kabupaten musi banyuasin dalam memilih jasa ekspedisi j&t express." Adminika 5.2 (2019): 28-42.
- Wahyuni, Sri, and Jonianto Pardamean. "Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas." Jurnal studi manajemen dan bisnis 3.1 (2016): 13-30.
- Wulansari, Esti. "Pengaruh cafe atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian pada pos shop Coffee Toffee Simpang." Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 2.3 (2014).
- Zakaria, Diapinsa Gema, and Suwitho Suwitho. "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan." Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) 6.4 (2017).

