

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO ROTI WAHYU DI NGAWI

Abdul Latif*¹
Adcharina Pratiwi²
Riska Fii Ahsani³

^{1,2,3} Universitas Slamet Riyadi Surakarta

*e-mail: latifsifa7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi adanya fluktuasi dalam jumlah penjualan, hal ini menunjukkan bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu penjualan. Berbagai faktor yang mempengaruhi diantaranya kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Hal tersebut dapat diketahui ketika dilakukan pengamatan pada konsumen yang berbelanja di Toko Roti Wahyu Ngawi. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif dan data kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu accidental sampling dengan jumlah 100 responden. Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi dan studi Pustaka. Uji asumsi klasik menggunakan uji: multikolinearitas, autokorelasi, heterokes dastisitas, dan normalitas. Teknik analisis data dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan mengenai kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian dinyatakan valid karena p-value < 0,05 dan reliabel karena cronbach's alpha > 0,06. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, autokorelasi, heterokesdastisitas, dan berdistribusi normal. Hasil analisis regresi diperoleh $Y = 5.819 + 0.213 X_1 + 0.305 X_2 + 0.194 X_3$, hasil uji t diperoleh ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi. Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Hasil uji R^2 menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar 36,6% sisanya 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian

Abstract

This research is motivated by fluctuations in the number of sales, this shows that many factors can influence consumer purchasing decisions regarding a sale. Various influencing factors include servise quality, price and location. This can be seen when observation are made on consumers who shop at Wahyu Ngawi Bakery. This research was conducted with the aim of analyzing the significance of the influence of service quality, price and location on consumer purchasing decisions at the Wahyu Roti Shop in Ngawi. The types of data used in research are quantitative data and qualitative data, the data sources used are primary data and secondary data. The sampling technique used was Unknown Populations with a total of 100 respondents. Data collection techniques in this research used questionnaires, observation and literature study. The classical assumption test uses tests: multicollinearity, autocorrelation, heterodasticity, and normality. Data analysis techniques use multiple linear regression analysis tests, t tests, F tests, coefficient of determination tests. The results of the validity and reliability tests show that all statements regarding service quality, price, location and purchasing decisions are declared valid because the p-value < 0.05 and reliable because Cronbach's alpha > 0.06. The results of the classical assumption test show that all variables have passed the multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity and normal distribution tests. The results of the regression analysis obtained $Y = 5.819 + 0.213 X_1 + 0.305 X_2 + 0.194 X_3$, the results of the t test showed that there was a significant influence of service quality (X_1), price (X_2), location (X_3) on consumer purchasing decisions at the Wahyu Roti Shop in Ngawi. The results of the F test showed that the regression model used in this research was correct. The

results of the F^2 test show that the influence of the contribution of the independent variable on the dependent is 36.6%, the remaining 63.4% is influenced by other factors outside the variables studied.

Keywords: *Service quality, price, location and purchasing decisions*

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Bahwa hal ini tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Persaingan ketat setiap usaha baik usaha yang bergerak di bidang produk dan jasa, mempunyai tujuan untuk berkembang untuk mencapai hal tersebut dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan untuk menstabilkan harga serta lokasi yang strategis.

Demikian dalam memutuskan pembelian, khususnya produk kuliner (makanan) konsumen biasanya selalu melakukan pertimbangan atas beberapa faktor di antaranya seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi usaha. Akan tetapi ada hal yang harus dimengerti oleh pelaku usaha bahwa perilaku setiap konsumen tidaklah sama sehingga beberapa faktor tersebut belum tentu semuanya dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen pada suatu segmen bisnis. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku konsumen dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu.

Data penjualan pada Toko Roti Wahyu Ngawi dapat dilihat data fluktuasi penjualan selama 5 bulan terakhir sebagai berikut :

Berdasarkan data penjualan pada Toko Roti Wahyu di Ngawi tersebut terdapat fluktuasi dalam jumlah penjualan, hal ini menunjukkan bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu penjualan. Berbagai faktor yang mempengaruhi diantaranya kualitas pelayanan, harga dan lokasi, hal tersebut dapat diketahui ketika dilakukan pengamatan pada konsumen yang berbelanja di Toko Roti Wahyu Ngawi. Menurut Alma (2016: 96), "Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, proses".

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti bahwa kualitas pelayanan pada Toko Roti Wahyu di Ngawi masih kurang maksimal, hal ini didukung tidak adanya jaminan barang dikembalikan jika terdapat kecacatan barang yang sudah dibeli, sehingga menjadikan konsumen lebih memilih toko roti lain yang menjamin pengembalian barang. Menurut Kasmir (2017:47), "Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan". Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Penelitian terdahulu menurut Havidz (2022) dan Rochman (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariska, Maduwinarti dan Nasution (2022), Cyntia,

Hermawan dan Izzudin (2022), Cahya, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk harga tersebut. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti bahwa harga pada produk roti Wahyu di Ngawi memiliki harga yang cukup tinggi sehingga mempengaruhi tingkat pembelian oleh konsumen. Menurut Malau (2017:126), "Harga adalah nilai atau sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa". Penelitian terdahulu menurut Harahap, Fikri, Hadian dan Darwis (2022), Havidz (2022) dan Rochman (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya, Andrian, Ramadhani dan Dwijayanti (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi usaha merupakan salah satu faktor terpenting 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. Penentuan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi dapat tidaknya keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti bahwa lokasi Toko Roti Wahyu di Ngawi berada di Jl.Raya Kedunggalar dengan laju kendaraan yang tinggi, sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan minimnya keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Menurut Armstrong dan Kotler (2017: 51), "Lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis". Penelitian terdahulu menurut Islamey dan Maskur (2023), Ariska, Maduwinarti dan Nasution (2022), Riantika, Arief, Fandiyanto (2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Cyntia, Hermawan dan Izzudin (2022) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE

Penelitian ini merupakan sebuah survei terhadap konsumen yang membeli di Toko Roti Wahyu Ngawi untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan Lokasi. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Toko Roti Wahyu di Ngawi. Sampel ditentukan sebanyak 100 konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengambilan sampel pada konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi. Uji yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis induktif, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients</i>		
	<i>Unstandardize</i>	<i>Standardiz</i>
<i>d</i>		<i>ed Coefficients</i>
	<i>Coeffic</i>	
<i>ients</i>		

Model	B d.	St	Beta	ig.
	ror	Er		
(Consta	5.8	1.8		
nt)	19	04		.226 002
Kualita	.21	.07	.271	
s	3	0		.054 003
Pelayan				
an				
Harga	.30	.08	.350	
5	0			.832 000
Lokasi	.19	.07	.221	
4	3			.664 009
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,819 + 0,213 X_1 + 0,305 X_2 + 0,194 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah:

- 1) $A = 5,819$ (positif) artinya jika X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Harga) dan X_3 (Lokasi) konstan maka Y (Keputusan Pembelian) positif.
- 2) $b_1 = 0,213$ Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian artinya: jika kualitas pelayanan meningkat maka Y (Keputusan Pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_2 (Harga) dan X_3 (Lokasi) konstan/tetap.
- 3) $b_2 = 0,305$ Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian artinya: jika persepsi konsumen terhadap harga meningkat maka Y (Keputusan Pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_3 (Lokasi) konstan/tetap.
- 4) $b_3 = 0,194$ Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian artinya: jika Lokasi meningkat/semakin baik maka Y (Keputusan Pembelian) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Harga) konstan/tetap.

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai nilai ρ -value (signifikansi) = $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi terbukti kebenarannya.

2. Pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai ρ -value (signifikan) = $0,009 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya.

3. Pengaruh lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Wahyu di Ngawi terbukti kebenarannya, hal ini dibuktikan dengan nilai p -value (signifikan) = 0,009 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bagi Toko Roti Wahyu di Ngawi.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bagi Toko Roti Wahyu di Ngawi.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bagi Toko Roti Wahyu di Ngawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Anonim. 2019. "Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian dan Skripsi Fakultas Ekonomi". UNISRI. Surakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ariska, V., D. Maduwinarti, A, dan Nasution. (2022). "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Bakery di Sidoarjo". *Jurnal seminar nasional 2022*. Vol. 1, No. 1, Hal. 310-314.
- Armstrong dan Kotler. (2017). *Principles of Marketing*. 17th Red. New York.
- Cahya, A., D. Andrian, R. Ramadhani, R., C, dan Dwijayanti. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)". *Jurnal JPEK*. Vol. 5, No. 1, Hal. 175-183.
- Cynthia, D. Hermawan, H, dan Izzudin. (2022). "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*. Vol. 9, No. 1, Hal. 104-112.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, N., F, dan Herdinata. C. (2021). "The effect of price, produk quality and brand image on the interest in purchasing two good bakery products". *Jurnal ICOEN*. Vol. 5, No. 5, Hal. 282-296.
- Harahap, L., H. Fikri, M., H. Hadian, A, dan Darwis. A. (2022). "Pengaruh Harga, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aroma Bakery SM Raja Medan Amplas". *Jurnal JBM*. Vol.4, No. 1, Hal. 351-359.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Havidz. (2022). *Effect of price perception and service quality on purchase decision*. *Jurnal DIJEFA*. Vol. 3, No. 4, Hal. 469-481.
- Islamey dan Maskur. (2023). "Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang)". *Jurnal Economics and Digital Business Review*. Vol. 4, No. 1, Hal. 767-774.

- Ismanto. (2020). "Reaksi Pasar Modal Terhadap Pengumuman PSBB DKI Jakarta Jilid II (Event Study LQ-45 Terdaftar BEI)". *Jurnal Edueco*. Vol. 3, No. 2.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1 & 2. Alih Bahasa Bob Sabran. Indeks. Jakarta.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Parasuraman. (2014). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. Prentice Hall. New Jersey.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana. Denpasar.
- Riantika, Y. Arief. M., Y, dan Fandiyanto. R. (2022). "Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Toko Hw Bakery Situbondo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal JME*. Vol. 1, No. 9, Hal. 1796-1811.
- Rochman. (2022). "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dafa Bakery". *Jurnal Simposium Manajemen dan Bisnis I*. vol. 4, No. 2, Hal. 499-507.
- Sangadji dan Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.
- Sitepu, Safri dan Hendry. (2022). "Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat". *Jurnal JUMSI*. Vol. 2, No. 1, Hal. 84-96.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media. Yogyakarta.
- Syukron, Amin. (2014). *Pengantar Manajemen Industri*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali. Jakarta.
- Yusuf dan Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Sah Media. Makasar.