

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU.

Julian Aryandi¹, Onsardi²

¹²Universitas Muhammadiyah Bengkulu

onsardi@umb.ac.id

ABSTRACT

The title of this research is the Effect of Service Quality and Location on Purchasing Decisions at Bengkulu Wareg Cafe. This research is based on the importance of Purchasing in a company. Purchasing decisions can be affected by several factors. The factors might be Service Quality and Location. This research aims to analyze the effect of Service Quality and Location on Purchasing Decisions. The object of this research was consumers who visit the Wareg Cafe at JL Hibrida Raya 11 of Bengkulu City. The number of respondents was 112 people. The data collection method used was a questionnaire. The techniques used were multiple regression analysis techniques, the coefficient of determination test (R²), hypothesis testing T statistic test and F statistical test. The results of the research can be concluded that the Service Quality and location variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, location, purchasing decision*

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend dikalangan masyarakat Indonesia. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam bisnis kuliner dengan berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang mereka tawarkan sehingga membuat persaingan di dunia bisnis kuliner menjadi semakin ketat yang menyebabkan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen dalam memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya sehingga konsumen akan lebih selektif dalam membuat sebuah keputusan pembelian.

Menurut Swastha (2007) Keputusan Pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yg terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. Pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor faktor sebelum memutuskan untk membeli suatu produk. Maka dari itu pengusaha harus lebih jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen, salah satu faktor-

faktor tersebut yaitu kualitas produk, dengan kualitas produk maka akan menciptakan produk yang berkualitas tinggi dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Menurut Usmara (2008) Kualitas Pelayanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan penghargaan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen. Lain halnya Roderick, James dan Gregory (2008) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat-tingkat ukuran atas kualitas pelayanan yang berasumsikan berhubungan dengan perkembangan harga. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan harga atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen untuk menjadi pengendali perkembangan harga.

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Selain Kualitas pelayanan, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor lokasi. Apabila lokasi yang strategis, maka dapat dijangkau konsumen dengan mudah dan dapat menimbulkan kepuasan tersendiri. Sebelum konsumen membeli suatu produk pasti nya akan mempertimbangkan lokasi nya terlebih dahulu. Konsumen akan lebih cenderung memilih lokasi yang strategis.

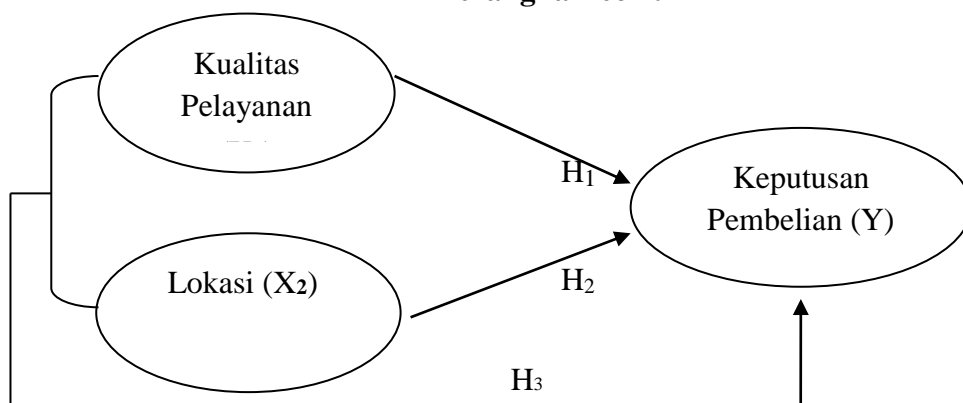
Cafe Wareg adalah tempat berkumpul nya orang atau sekelompok orang untuk bersantai bagi para pengunjung yang merasa lelah dan jenuh dengan kegiatan kesehariannya ataupun tempat untuk mengobrol dalam suasana yang nyaman di iringi alunan musik dimana pengunjung dapat memesan makanan dan minuman cepat saji dan menyuguhkan suasana santai. Dan Cafe juga merupakan tempat yang sangat cocok untuk bertemu dengan kerabat ataupun teman-teman. Akan tetapi menurut pengamatan tidak semua pengunjung merasa puas akan pelayanan nya yang disediakan.

Berdasarkan wawancara beberapa pelanggan yang dimintai pendapat mengenai Cafe Wareg di Bengkulu menurut Pegi dan Ari pukul 14.00 WIB hari rabu 22/01/2020. Dari segi kualitas pelayanan yang diberikan seringkali dalam menyajikan minuman bisa menunggu cukup lama sekitar 15 menit hingga 20 menit padahal hanya memesan minuman saja cukup lama apalagi memesan makanan bisa lebih lama lagi. Dan juga dari segi lokasi menurutnya untuk lahan parkir yang disediakan kurang, dengan lahan parkir yang kecil sehingga bagi yang berkendara motor di area parkir terlihat tidak teratur.

Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan dan Lokasi berperan penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Kotler, (2013) Mengatakan keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya, pembelian sendiri secara fisik bisa dilakukan oleh konsumen, namun bisa juga pilihan orang lain.

Kerangka Teoritik

Gambar 1
Kerangka Teoritik



METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Cafe Wareg Bengkulu bertempat di jalan Hibrida Raya No. 11 Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juni 2020. Berdasarkan hasil dari perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan pendapat Hair, *et al* (2010), maka total jumlah responden di dalam penelitian yang mengangkat judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu ini adalah sebanyak 112 orang Responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan angket. Metode ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berupa pertanyaan terstruktur, setiap pertanyaan sudah disiapkan 5 alternatif jawaban yang dibagikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden. Angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup (angket berstruktur) adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda checklist.

Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X₁) dan Lokasi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) di Cafe Wareg Bengkulu. Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2006), yaitu:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari Kualitas Pelayanan

β_2 = Koefisien regresi dari Lokasi

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Lokasi

e = Standar error/Variabel pengganggu

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Nilai t-hitung digunakan untuk mengujivariabel-variabel *independent* secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Menurut Suliyanto (2011) untuk menghitung nilai t- hitung dapat menggunakan rumus berikut:

$$t_i = \frac{b_j}{S_{b_j}}$$

Keterangan:

- ti = Nilai t hitung
- bj = Koefisien Regresi
- Sbj = Kesalahan baku koefisien regresi

Kriteria pengujian :

- a. Jika Sig < Alpha, maka keputusannya adalah Ho ditolak Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
- b. Jika Sig > Alpha, maka keputusannya adalah Ho diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Uji Simultan (Uji -F)

Pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Menurut (Ghozali, 2013) merumuskan pengujian F statistik sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

- R² = Koefisien Determinasi
- n = Jumlah Data atau kasus
- k = Jumlah Variabel *Independent*

Dasar Pengambilan keputusan :

- a. a. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 (α) atau F hitung < tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka H0 diterima Ha ditolak.
- b. b. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 (α) atau F hitung < tabel berarti hipotesa terbukti maka H0 ditolak Ha diterima.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan mengenai tanggapan responden terhadap variabel (Kualitas Pelayanan dan Lokasi) terhadap Keputusan Pembelian pada Café Wareg Bengkulu. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 16,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.507	1.799		1.394	.166
Kualitas_Pelayanan	.731	.064	.728	11.382	.000
Lokasi	.160	.096	.107	2.670	.008

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari perhitungan hasil regresi diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 2.507 + 0.731 (X_1) + 0.160 (X_2)$. Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 2.507 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian akan tetap yaitu 2.507.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0.731 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X_1) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.731 dengan asumsi variabel Lokasi (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.160 mempunyai makna jika nilai variabel Lokasi (X_2) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.160 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dianggap tetap.

Koefisien Determinasi R^2

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2), terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) maka hasil dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 16,0 didapatkan uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai Koefisien Korelasi Hasil Penelitian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.751 ^a	.564	.556	2.08192	2.056

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi R Square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.564. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Kualitas

Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini Menunjukkan Pengaruh variabel bebas (x) sebesar 0.564 atau 56.4 % terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) di Café Wareg Bengkulu, sedangkan sisahnya sebesar 0.436 atau 43.6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.507	1.799		1.394	.166
	Kualitas_Pelayanan	.731	.064	.728	11.382	.000
	Lokasi	.160	.096	.107	2.670	.008

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan $t_{\alpha/2}$ ($n-k-1$) = $112 - 2 - 1 = 109$ (1.9819) setiap variabel sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan, Menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($11.382 > 1.9819$) dan (sig $\alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut berarti adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Café Wareg Bengkulu.
2. Variabel Lokasi, Menunjukkan nilai $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($2.670 > 1.9819$) dan (sig $\alpha = 0.008 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Lokasi (X_2) secara positif dan signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Café Wareg Bengkulu.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara f_{hit} dengan $f_{\alpha/2}$ ($n-k$) = $112 - 2 = 110$ (3.088) setiap variabel sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 70.372 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3.088 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu ($70.372 > 3.088$) dan (sig $\alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2), berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Café Wareg Bengkulu.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada 112 orang pengunjung pada Café Wareg Bengkulu. Dilihat dari karakteristik jenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu sebanyak 67 orang. Sedangkan jenis kelamin perempuan hanya sejumlah 45 orang. Hal tersebut dikarenakan konsumen yang berjenis kelamin Laki-laki lebih banyak berkunjung pada Cafe Wareg dari pada perempuan. Selanjutnya dilihat bahwa konsumen yang berusia muda 19-20 tahun hingga dewasa lebih banyak. Hal ini menunjukkan konsumen yang pada usia 19-20 tahun hingga dewasa dimana pada usia ini masih sering berkunjung ke Cafe Wareg untuk sekedar minum atau ngopi.

Dan dilihat dari pekerjaan kebanyakan pelajar/mahasiswa yaitu 51 orang yang berkunjung pada Cafe Wareg. Hal ini dikarenakan pelajar/mahasiswa masih sering minum dan ngopi serta berkumpul di cafe wareg. Dilihat dari pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan pada Cafe Wareg Bengkulu dapat dikatakan sudah dilakukan dengan baik. Hal ini dikarenakan Kualitas Pelayanan merupakan faktor penting dalam suatu usaha sehingga konsumen dapat merasakan langsung kenyamanan pelayanan di Cafe Wareg.

Dilihat dari pernyataan penilaian responden mengenai variabel lokasi pada Cafe Wareg Bengkulu dapat dikatakan baik. Hal ini dikarenakan lokasi yang strategis sangat dibutuhkan oleh konsumen sehingga memudahkan konsumen untuk dapat berkunjung ke cafe wareg. Dan kemudian dilihat dari pernyataan penilaian responden mengenai variabel keputusan pembelian pada Cafe Wareg Bengkulu dapat dikatakan baik. Hal ini dikarenakan cafe wareg menjual produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kualitas Pelayanan di Café Wareg Bengkulu

Dari hasil pengujian dan pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa Kualitas Pelayanan yang ada di Café Wareg Bengkulu sudah baik. Dari hasil uji t diketahui bahwa, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel Lokasi. Dari hasil analisis tanggapan responden diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata terendah diangka 3.76 dan angka rata-rata tertinggi 4.10. Hal ini dilihat pada Cafe Wareg memiliki pelayan yang ramah dan selalu memberikan senyuman kepada setiap tamu yang berkunjung. Maka dari itu masih perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan, agar kedepannya bisa berdampak baik bagi kemajuan Café Wareg Bengkulu.

Lokasi Café Wareg Bengkulu

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa lokasi café wareg Bengkulu cukup baik, hal ini dikarenakan memang lokasinya yang mudah untuk dijangkau. Dari hasil analisis tanggapan responden mengenai variabel Lokasi menunjukkan angka rata-rata terendah pada 3.58 dan angka rata-rata tertinggi pada 3.94. Hal ini dilihat pada Café Wareg dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan sehingga memudahkan konsumen untuk dapat berkunjung ke Cafe Wareg.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan Pada pengunjung Café Wareg Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 112 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Café Wareg Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa

dengan tampilan ruangan yang menarik dan bersih yang membuat konsumen nyaman, pelayan yang cekatan dan cepat tanggap akan kebutuhan konsumen. Dengan memberikan berbagai pelayanan akan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti (2015) Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, bisa dinyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh, Sarah Maryam Chandra Maria V.J. Tielung (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap keputusan Konsumen menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena yang menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Pengaruh Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan Pada pengunjung Café Wareg Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 112 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Café Wareg Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan, hal ini berarti dengan lokasi yang baik maka akan tinggi keputusan pembelian dan dapat memperbesar peluang demi mendapatkan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi yang cukup mudah ditemukan, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan akan menjadi salah satu tujuan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti (2015) Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, bisa dinyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh, Sarah Maryam Chandra Maria V.J. Tielung (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap keputusan Konsumen menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamenayang menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan Pada pengunjung Café Wareg Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 112 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Café Wareg Bengkulu.

Hasil pengujian antara kedua variabel yaitu terdapat bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan lokasi tinggi maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh, Agung Wicakson, M. Hufron (2018) Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza (Studi Kasus Pada Konsumen

Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti (2015) Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, bisa dinyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh, Sarah Maryam Chandra Maria V.J. Tielung (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap keputusan Konsumen menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena yang menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh, Heni Wijayanti (2015) Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto, menyimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Café Wareg Bengkulu. Maka Diperoleh Kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Café Wareg Bengkulu. hal ini berarti dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Café Wareg Bengkulu. hal ini berarti dengan lokasi yang baik maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu.
3. Hasil pengujian antara kedua variabel yaitu terdapat bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan lokasi tinggi maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.(2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (edisi revisi). cetakan kesembilan. Bandung:Alfabeta.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana
- Basu Swastha, 2007, *Manajemen PemasaranModern*, Liberty Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Jr *et.al.* (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States : Pearson
- Hasan, M.Iqbal. (2002). *Pokok-pokok materi pengambilan keputusan*. Jakarta :Penerbit Ghalia Indonesia
- Hendra Fure, (2013).*Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3
- Herjanto, Eddy. 2007. *Manajemen Operasi Edisi Ketiga*. Jakarta : Grasindo
- Hidayati, F. (2014). *Analisis Pengaruh Kebutuhan Experiential, Kebutuhan Sosial, dan Kebutuhan Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian DI Kedaton Rumah Batik Yogyakarta*. Jurnal Manajemen, 4(2), 61-68.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Arlina Nurbaity. (2004). *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*. Universitas Sumatera Utara
- Lopiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. (2008). *Pemasaran jasa* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Morisson, MA. (2010). *Periklanan : Komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Philip Kotler, 2005, *ManajemenPemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2007.*Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. edisi pertama, penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- uchari Alma, (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Utami, Chistina Widya, 2012, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*, Salemba Empat, Jakarta.