

Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di UMKM (Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara)

Fara ShabriSna Adzly¹ dan Riyanto²

farashabrina123@gmail.com, riyanto.upgris15@gmail.com,

Universitas PGRI Semarang

Abstract

This research is motivated by the many business competitions in the current era. Several factors are needed to support business continuity and ensure customer decisions in buying a product, including location, price, quality of service. The purpose of this study was to determine the effect of location, price, and service quality on purchasing decisions at UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. This study uses a quantitative approach with the aim of determining the relationship between various aspects studied through statistical correlation coefficients. Data collection used a questionnaire which was distributed via the Google form link to 97 people who were customers of UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. The population in this study were customers of the MSME Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara whose number was unknown, while the sample consisted of 97 people. The sample is determined by using random sampling technique. Data analysis used the classical assumption test and multiple linearity tests. The results showed that there was an effect of location, price, and service quality on purchasing decisions at UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara by 85.9%. The results of the study found that location, price and quality of service had a significant positive effect on the purchasing decision of UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

Keywords: Location, Price, Quality of Service, and Purchasing Decisions

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan bisnis di era sekarang. Beberapa faktor yang sangat diperlukan untuk menunjang keberlangsungan bisnis dan memastikan keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk, diantaranya adalah lokasi, harga, kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menentukan hubungan antara berbagai aspek yang diteliti melalui koefisien korelasi statistik. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang bagikan melalui tautan *google form* kepada 97 orang yang merupakan pelanggan dari UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan dari UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara yang tidak diketahui jumlahnya sedangkan sampel berjumlah 97 orang. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *random sampling*. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan uji linearitas berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara sebesar 85.9%. Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Semakin banyaknya pelaku usaha semakin sengit juga persaingan yang diciptakan. Sebuah produk atau jasa diharapkan mampu mengenal apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Ketika konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian, perlu beberapa pertimbangan antara lain seperti proses memilih dan memilah, menentukan untuk membeli barang tersebut serta pertimbangan dalam menggunakan produk tersebut. Agar dapat memenuhi kebutuhan perusahaan yang menjalankan bisnisnya, mereka perlu terus mengawal perubahan dari perilaku konsumen dan meningkatkan strategi pemasaran mereka, karena pada dasarnya tujuan dari suatu pemasaran tidak lain dan tidak bukan ialah untuk mengetahui dengan baik dan memahami karakteristik konsumen, hingga produk atau jasa yang akan ditawarkan dapat terjual dan konsumen akan setia pada produk atau jasa yang dihasilkan (Astuti & Abdullah, 2017).

Makanan yang dijual belikan pada area wisata, meski dibanderol dengan harga yang relatif mahal konsumen tetap memutuskan untuk membelinya. Ada beberapa hal yang memiliki pengaruh dalam proses keputusan sebelum melakukan pembelian diantaranya adalah persepsi harga, kualitas pelayanan, dan lokasi yang dilakukan oleh pelaku usaha (Kelvinia et al., 2021).

UMKM Warung Makan Mbak Kun merupakan warung makan *seafood* yang berada di kawasan pariwisata Pantai Empu Rancak Jepara. Untuk akses jalan menuju warung makan tersebut cukup layak namun jauh dari jalan raya dikarenakan termasuk dalam lingkup daerah pariwisata ditambah dengan kondisi jalan yang tidak cukup baik.

Setelah dilakukan observasi didapatkan data bahwa UMKM Warung Makan Mbak Kun memiliki harga makanan yang lebih mahal jika dibandingkan dengan pesaing kuliner *seafood* di lingkungan Pantai Empu Rancak Jepara. UMKM Warung makan Mbak Kun tersebut memiliki 3 karyawan tetap dan 1 pengelola. Pelayanan yang diberikan disana cukup baik, dilihat dari respon karyawan ketika ada pelanggan yang memesan.

Dari latar belakang dan beberapa permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti bermaksud mengadakan penelitian berjudul Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

Adapun rumusan yang diangkat sebagai permasalahan pada penelitian kali ini antara lain mengenai apakah variabel lokasi, variabel harga, dan variabel kualitas pelayanan memiliki dampak atau pengaruh pada variabel keputusan pembelian di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. Tujuan dari penelitian ini diantaranya untuk mengetahui apakah variabel lokasi, variabel harga, dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bahkan inspirasi dan masukan kepada pihak yang hendak melakukan pengkajian terkait dengan pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian UMKM. Diharapkan juga penelitian ini dapat difungsikan sebagai acuan kepada calon pengusaha dalam mempertimbangkan beberapa faktor sebelum melaksanakan kegiatan ekonomi.

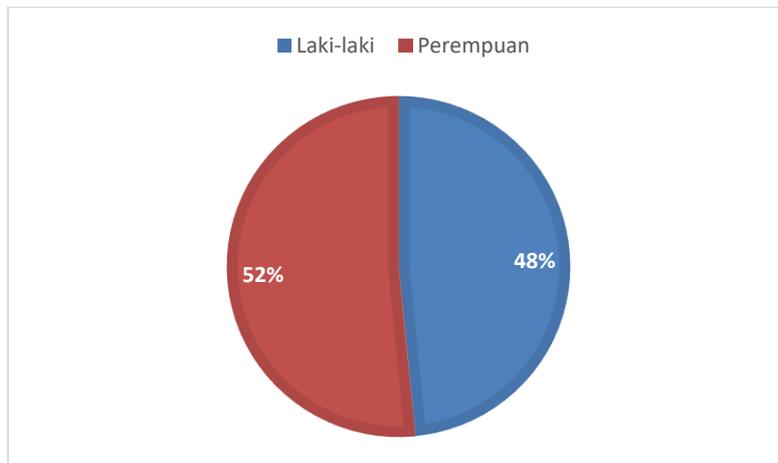
METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif adalah metode yang diterapkan pada penelitian ini dengan menggunakan penelitian deskriptif. Populasi adalah seluruh pelanggan yang membeli produk dari Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara dengan jumlah populasi tidak diketahui. Karena ukuran populasi tidak dapat ditentukan, maka ukuran sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran*. Sehingga didapatkan hasil 97 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan riset yang telah dilaksanakan, didapatkan data dari 97 responden UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara, yang diantaranya sebesar 47 responden laki-laki dan 50 responden perempuan atau dapat disimak pada gambar dibawah ini:

Gambar 1 Responden



Sumber: Data diolah (2022)

Penelitian ini merupakan penelitian yang menguji pengaruh dari pada variabel lokasi (X_1), variabel harga (X_2), serta variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data penelitian didapatkan hasil seperti berikut ini:

Tabel 1

Analisis Regresi Linear Berganda (Hasil Pengujian)

***Coefficients^a* (Koefisien^a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Nilai t	Sig.
		B	Standart. Error	Beta		
1	(Konstanta)	-1.076	2.203		-0.488	0.627
	Lokasi	0.181	0.081	0.184	2.242	0.027
	Harga	0.414	0.111	0.405	3.719	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.326	0.073	0.381	4.456	0.000

a. Variabel Dependent/ Variabel Terikat: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil uji t pada variabel lokasi diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 2.242 > t_{tabel} 1.98580$. Lalu nilai signifikansi dari variabel lokasi adalah sebesar $0.027 < 0.05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara. Pada pengujian yang telah dilakukan selanjutnya, hipotesa atau hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima karena memberikan pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga dapat diartikan, semakin konsumen nyaman dan aman lokasi yang dapat dirasakan oleh pelanggan pada warung makan maka akan memberikan pengaruh dari peningkatan keputusan pembelian, begitupun sebaliknya jika lokasi tidak memberikan kesan yang nyaman dan aman, maka akan menurunkan keputusan pembelian. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan dari pada pembelian.

Hasil riset ini berkesinambungan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Sinambow & Trang (Sinambow & Trang, 2015) bahwa lokasi menunjukkan bahwa ia memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan transaksi atau pembelian. Dari sini memberikan indikasi bahwa lokasi merupakan variabel (faktor) terpenting atau prediktor dari keputusan pada pelanggan dalam melakukan pembelian. Lokasi juga termasuk sebagai faktor yang cukup penting ketika mendirikan sebuah usaha atau bisnis. Penentuan dari faktor lokasi yang baik dan tepat memberikan pengaruh yang cukup tinggi bahkan dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menjalankan usaha, karena lokasi dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen sebagai alasan ketika berkunjung bahkan melakukan kegiatan belanja (Arianto, 2018). Hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti, memberikan hasil dimana lokasi merupakan faktor yang cukup berisiko dalam menjalankan suatu usaha atau dapat dikatakan sebagai faktor yang penting dan penelitian yang dilakukan pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara memberikan bukti bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana pemilik usaha UMKM menyediakan

sarana yang dibutuhkan seperti tempat cuci tangan, tempat parkir dan kebersihan lokasi yang selalu dijaga. Kemudian terkait dengan akses menuju lokasi dan tempat dimana pemilik usaha itu berdiri juga merupakan salah satu indikator dari lokasi. Oleh karena itu memang pemilik dari usaha harus melakukan pertimbangan secara matang dalam menentukan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat dimana usahanya akan didirikan melihat dari lokasi merupakan faktor yang penting dalam mendirikan sebuah usaha.

Berdasarkan pengujian dari uji t pada variabel harga terlihat bahwa nilai $t_{hitung} 3.719 > t_{tabel} 1.98580$ dan signifikansi dari variabel harga sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara. Dalam pengujian yang telah dilakukan, hipotesa atau hipotesis yang diajukan sebelumnya dalam penelitian dapat diterima karena memberikan pengaruh yang baik atau positif. Kemudian nilai signifikan dari harga terhadap keputusan dari pembelian. Dapat diartikan, apabila semakin dapat dijangkaunya harga atau nilai dari produk yang diberikan setara dengan harga yang ada akan memberikan kesan kepada konsumen atau pelanggan maka akan memberikan sebuah pengaruh terhadap peningkatan dari keputusan pembelian oleh pembeli.

Ada kesamaan dari hasil penelitian ini yang dilaksanakan oleh Sundalangi (Sundalangi et al., 2014) dan Walukow (Walukow et al., 2019) yang dimana hasil dari penelitian tersebut adalah sama-sama menemukan dan menyimpulkan strategi yang digunakan pada penentuan harga pasti memiliki dampak atau pengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Penentuan dari harga atau nilai jual juga dapat menjadi suatu standar kualitas dari barang atau produk tersebut. Pada penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan hasil bahwa harga juga merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Penelitian yang dilakukan pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara memberikan bukti

bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana pemilik usaha UMKM memberikan harga yang relatif terjangkau, penyediaan bahan baku yang segar, serta dengan kualitas produk dari harga yang diberikan.

Berdasarkan dari uji t pada salah satu variabel bebas yaitu variabel kualitas pelayanan diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 4.456 > t_{tabel} 1.98580$ dan signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$. Berdasarkan pada hasil uji tersebut, ditarik simpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara. Pada pengujian yang telah dilakukan, hipotesa atau hipotesis yang sebelumnya tertulis dalam penelitian dapat diterima karena memberikan pengaruh kearah baik atau positif pada nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan atas keputusan pembelian. Hal tersebut mengartikan, apabila semakin baik sebuah kualitas dari pelayanan yang telah diberikan di sebuah warung makan maka akan berdampak baik juga kepada konsumen atau pelanggan sehingga mampu menciptakan pengaruh pada peningkatan keputusan pembelian, Begitu juga sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan buruk, akan memberikan kesan yang buruk juga serta tentunya akan memberikan dampak pada keputusan dalam melakukan pembelian. Hal ini menjadi dapat diterima karena pada kenyataannya apabila sebuah warung bahkan rumah makan memiliki kualitas pelayanan yang baik, akan memberikan dampak yang baik terhadap pembeli atau pengunjung yang datang. Namun ketika sebuah warung atau rumah makan tidak memiliki kualitas pelayanan yang layak akan memiliki dampak yang tidak baik juga seperti berkurangnya pengunjung atau pembeli. Bahkan hal tersebut juga akan berpengaruh pada calon pembeli dan pengunjung.

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan ini sependapat dengan salah satu penelitian terdahulu yang sebelumnya telah dilaksanakan oleh Lagautu (Lagautu et al., 2019) dimana hasil dari penelitian terdahulu tersebut telah ditemukan bahwa kualitas pelayanan terbukti

mampu memberikan pengaruh dalam konsumen ketika melaksanakan keputusan pembelian suatu produk. Hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Penelitian yang dilakukan pada UMKM Warung Makan Mbak Kun di Pantai Empu Rancak Jepara memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian dimana pemilik UMKM memberikan pelayanan yang ramah, serta responsif, sehingga terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian dari pelanggan.

Pengujian yang dilakukan dari semua variabel independen dalam riset ini diuji dengan test simultan (uji F). Pengujian statistik F dilakukan agar dapat menunjukkan apakah dari semua variabel bebas atau independen dalam pengujian mempunyai dampak atau pengaruh atau berdampak secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis atau uji t memberikan fakta bahwa pada variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh kearah yang positif dan memiliki signifikansi terhadap keputusan dalam melakukan pembelian.

Hal ini dapat dibuktikan menggunakan nilai dari F_{hitung} yang sebesar $187.514 > F_{tabel} 2.70$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa variabel lokasi, variabel harga, dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian adalah variabel lokasi (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak UMKM memandang dari asumsi serta hasil riset yang diperoleh dengan metode *quisioner* dapat dilihat jika lokasi, harga dan mutu pelayanan

pada UMKM telah lumayan bagus serta didukung oleh hasil program SPSS yang menampilkan terdapatnya pengaruh positif serta signifikan. Hal ini dapat diartikan apabila semakin baik sarana, akses menuju lokasi, dan kesesuaian nilai atau harga dengan kualitas dari produk yang diberikan, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dari UMKM maka akan semakin meningkatkan keputusan pelanggan dalam membeli produk di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara. Jadi hendaknya pihak UMKM mulai memikirkan serta menciptakan strategi baru yang lebih baik lagi guna mempersiapkan masa kedepannya. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa, disarankan supaya peneliti berikutnya agar menambah atau memberi variabel lain yang sebelumnya telah disesuaikan dengan kondisi dari pelanggan UMKM karena variabel yang saat ini digunakan pada penelitian kali ini belum secara keseluruhan mewakili faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga hanya dapat menjelaskan sebesar 85.8% pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penambahan variabel baru perlu dilakukan agar dapat mengetahui faktor-faktor atau variabel lain yang memiliki potensi dalam memberikan pengaruh dari keputusan pembelian di UMKM Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, D. P. H. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8), 1–18.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah* (Vol. 1, Issue 0118047804).
- Kelvinia, Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–

98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v1i1i2.795>

- Lagautu, J., Soegoto, A. S., & Sepang, J. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 751–760.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zona Mega Mall Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 300–311.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 313–324.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, IV(3), 2–8.