ARTIKEL

DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN "MIE AYAM DAN BAKSO 45" JL. HOS COKROAMINOTO BURENGAN KEDIRI DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI

Oleh:

RIKA AMELIA

14.1.02.02.0042

Dibimbing oleh :

1. **Edy Djoko Soeprajitno., M.M.**
2. **Basthoumi Muslih., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: Rika Amelia
NPM	: 14.1.02.02.0042
Telephon/HP	: 089667303646
Email	: ra936724@gmail.com
Judul artikel	: **Determinan Keputusan Pembelian pada Rumah Makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan Kediri Ditinjau dari Kualitas Produk, Harga dan Lokasi**
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi/Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kediri Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme.
b. Arikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 18 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Edy Djoko Soeprajitno, M.M NIDN. 0715106203	Basthoumi Muslih, M.M NIDN. 0701018607	Rika Amelia NPM. 14.1.02.02.0042

DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN "MIE AYAM DAN BAKSO 45" JL. HOS COKROAMINOTO BURENGAN KEDIRI DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI

Rika Amelia
14.1.02.02.0042
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
ra936724@gmail.com
Edy Djoko Soeprajitno,M.M. dan Basthoumi Muslih, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa masalah yaitu belum optimalnya kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam &Bakso" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam & Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri. (2) Pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam & Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri. (3) Pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam & Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri. (4) Pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam & Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada pada rumah makan ''Mie Ayam & Bakso 45'' sebanyak 40 responden dan di analisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS for windows versi 23*.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini (1) Kualitas produk secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Harga secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Lokasi secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian

I. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan kemajuan yang pesat serta mengalami perubahan yang berkesinambungan yang mengakibatkan perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan persaingan bisnis yang terjadi di

sekitar lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembelian agar berhasil menjalankan usahanya. Dalam aspek bisnis, makanan menjadi pilihan untuk dijadikan obyek bisnis yang dianggap sebagai jenis bisnis kuliner serta memiliki prospek yang baik.

Persaingan rumah makan dikota Kediri mengalami perkembangan yang cukup banyak, maka pelaku bisnis harus menjalankan prinsip pemasaran. Menurut Tjiptono (2015:13), "pemasaran" adalah "proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain". Dari pengertian diatas sebagai pelaku bisnis dibidang makanan, mengharuskan pemilik rumah makan melakukan inovasi terhadap produk agar dapat bersaing dengan rumah makan lainnya. Salah satunya adalah rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" yang berada di kota Kediri.

Dengan adanya rumah makan semakin banyak membuat para konsumen lebih kritis dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016:198), "keputusan pembelian" adalah "dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk referensi diantara merek dalam pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai". Dalam hal ini, konsumen akan memilih produk yang terbaik untuk di konsumsi diantara beberapa pilihan.

Untuk memutuskan produk yang mana akan dibeli konsumen diantara pilihan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:352) "kualitas produk" adalah "segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan,

dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan". Menurut Kurniasari (2013) dalam judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang) menunjukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

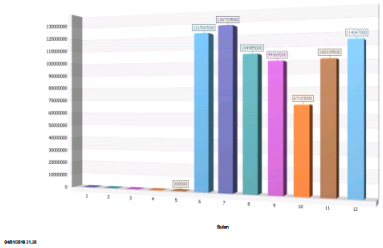
Salah satu faktor lainnya yang mempemgaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151) "harga" adalah "sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karna memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut". Menurut Hermika (2015) dalam judul Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng Steak & Shake Cabang Jalan Angkatan 66 Palembang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, faktor penting lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Faktor lokasi merupakan faktor yang penting untuk melihat lokasi tersebut ramai oleh penduduk atau tidak. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:52) "lokasi" adalah "saluran yang digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produk agar mudah didapatkan oleh target konsumen". Sedangkan menurut Yunda (2014) dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang) menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

"Mie Ayam dan Bakso 45" adalah cabang dari rumah makan induk salah satu produk

kuliner yang memiliki ciri khas tertentu. Ciri khas yang dimaksud yaitu tambahan ceker ayam yang pedas. Rumah makan yang terletak di Jl. H.O.S Cokroaminoto No.209 Burengan Kediri ini terlihat sepi jika dibandingan dengan rumah makan induk. Meskipun harganya sudah terjangkau namun konsumen lebih sedikit yang datang. Dengan rasa yang cukup enak selain itu tempat yang strategis membuat "Mie Ayam dan Bakso 45" mudah untuk dijangkau oleh konsumen. Namun pada disetiap bulannya rumah makan "Mie Ayam dan Bakso" masih mengalami ketidak stabilan disetiap bulannya. Hal ini di sebabkan oleh kurangnya keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada rumah makan. Berikut ini adalah data penjualan "Mie Ayam dan Bakso 45" selama satu tahun :

Tabel 1.1
Grafik penjualan rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Bulan Januari 2017 - Bulan Desember2017



Sumber : dikutip dari perusahaan pribadi

Dari tabel grafik penjualan diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada "Mie ayam dan Bakso 45" mengalami kenaikan maupun penurunan disetiap bulannya. Dari data diatas dapat dilihat ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45". Melalui data diatas peneliti tertarik untuk membuat penelitian karya tulis ilmiah dengan judul **"Determinan Keputusan Pembelian pada Rumah Makan "Mie Ayam & Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan - Kediri Ditinjau dari Kualitas Produk, Harga dan Lokasi".**

II. Metode Penelitian

A. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ariabel adalah meletakan sebuah arti pada suatu variabel dengan jalan menetapkan tindakan atau keinginan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam penelitian ini variable (Y) adalah keputusan pembelian mengalami penurunan karena banyaknya usaha kuliner. Menurut Priansa (2017:90) indikator keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Kualitas produk (X1) sudah sesuai dengan harga. Menurut Yamit (2013:10) indikator kualitas produk adalah kinerja *(performance)*, kesesuaian *(conformance)*, daya tahan *(durability)*, kemampuan layanan *(serviceability)*, estetika. Harga (X2) sudah sesuai yang telah ditetapkan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) indikator harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Lokasi(X3) yang strategis tidak sejalan dengan perkembangan usaha. Menurut Tjiptono (2014:159) indikator lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas.

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Didalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif apabila dilihat dari teknik analisis datanya. Menurut Sugiyono (2017:8), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun jenis penelitian yang dibuat dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan atau keterangan dalam bentuk hubungan sebab akibat

(cause-effect) antar beberapa variabel atau konsep yang dikembangkan. Menurut Sugiyono (2017:37) "hubungan kausal" adalah "hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi dalam penelitian ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)".

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80), "populasi" adalah "wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditanarik kesimpulannya".

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" pada bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2018 yang tidak diketahui jumlahnya.

Menurut Sugiyono (2017:81), "sampel" adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti berjumlah 4 variabel. Jadi jumlah sampel minimal yang harus diambil yaitu (10 x 4) = 40 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling.* Menurut Sugiyono (2017:85) "sampling purposive" adalah "teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Pertimbangan dalam penelitian ini adalah karakteristik pada responden yaitu berdasarkan usia >17 tahun dan sedang mengkonsumsi mie ayam maupun bakso.

D. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan angket yang telah terstruktur dengan menggunakan Skala *Likert.* Menurut Sugiyono (2017:93), "Skala *Likert"* digunakan untuk "mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial".

Tabel 2.1
Skala Likert

Skor	Keterangan	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber : Sugiyono (2017)

E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267), "data yang valid" adalah "data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian". Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai signifikan maka dapat dikatakan valid, dengan kriteria r hitung > r tabel, begitu pula sebaliknya jika r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:268), data reliabel adalah suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda meghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Menurut Ghozali (2016:48) Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0{,}60$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0{,}60$ = tidak reliabel.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

   Studi pustaka adalah metode pengumpulan data maupun informasi dengan melakukan suatu kegiatan kepustakaan yaitu melalui jurnal, buku-buku, penelitian terdahulu yang relevan serta berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Observasi

   Metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.

3. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142), "kuesioner" adalah "teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab".

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147), Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku bagi umum.

2. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut :

a) Uji normalitas, menurut Ghozali (2016:154), "Uji normalitas" bertujuan untuk "menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak". Dan untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal p-plot dengan syarat apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji heteroskedastisitas, Menurut Ghozali (2016:134), "Uji heteroskedastisitas" bertujuan untuk "menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan lain". Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji multikolinearitas, menurut Ghozali (2016:103), "Uji

multikolinearitas" bertujuan untuk "menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)". Menurut Priyatno (2013:60), "pendeteksian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi".

d) Uji autokorelasi, menurut Ghozali (2016:103) "Autokorelasi" bertujuan "menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode sebelumnya".

Agar dapat mengetahui model regresi yang dikatakan tidak terjadi autokorelasi apabila nilau dw atau *Dubin Watson* berada diantara du sd 4-du.

3. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* R^2

Menurut Ghozali (2016:95), "koefisien determinasi (R^2)" pada intinya "mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen".

4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275), Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun persamaannya sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3}$$

5. Uji hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63) "hipotesis" merupakan "jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".

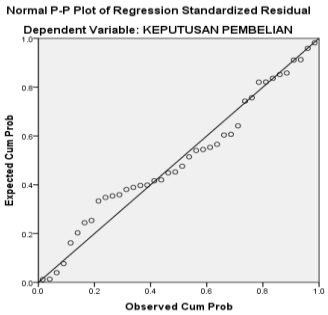
a) Uji T (Uji parsial), menurut Ghozali (2013:97),"uji t" pada dasarnya" menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen". Kriteria dalam uji t dapat dilihat pada tabel *coefficient* pada kolom

sig (*significance*) dengan kriteria Nilai t hitung > t tabel atau Signifikansi < 0,05.

b) Uji F (Uji Simultan), Menurut Ghozali (2016:96), "uji F" pada dasarnya "menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen". Adapun Kriteria dalam uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA dengan rumus dari uji F adalah Nilai F hitung > F tabel atau Signifikansi < 0,05.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

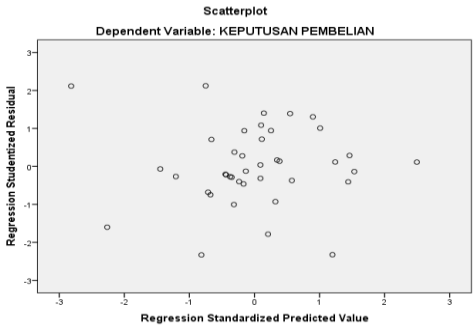
A. Uji Normalitas



Gambar C.1
Hasil Uji Normalitas *Probability Plot*
Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan gambar C.1 hasil uji normalitas menggunakan grafik *normal probability plot* menunjukkan titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal sehingga data distribusi normal atau asumsi normalitas telah terpenuhi.

B. Uji Heteroskedastisitas



Gambar C.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan gambar C.2 dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y sehingga menunjukkan bahwa asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi.

C. Uji Multikolinearitas

Tabel C.1
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PRODUK	.990	1.011
	HARGA	.966	1.035
	LOKASI	.968	1.033

a. Dependent Variable: keputusan pembelian
Sumber : Data yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel C.1 diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan lokasi memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10, yaitu masing-masing sebesar 0,990, 0,996 dan 0,968, sedangkan VIF lebih kecil dari 10, yaitu 1,011, 1,035 dan 1,033. Dengan demikian dalam model ini tidak terdapat multikolinearitas.

D. Uji Autokorelasi

Tabel C.2
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.649[a]	.421	.372	2.950	2.090

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan tabel C.2 dapat dilihat bahwa nilai Uji Durbin-Watson (DW test) sebesar 2,090. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel d (Durbin-Watson) pada taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel 40 dan jumlah variabel independen 3 (k-3) diperoleh nilai batas luar (DL) 1,338 dan DU 1,659. Pengambilan keputusannya yaitu jika d terletak antara DU dan (4-DU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi. Diperoleh nilai DW sebesar 2,090 nilai (4 – 1,659 = 2,341) sehingga dapat dilihat bahwa nilai DW (2,090) berada diantara 1,659 dan 2,341, jadi dalam persamaan regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi atau asumsi autokorelasi terpenuhi.

E. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* R^2

Tabel C.3
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.649[a]	.421	.372

a. Predictors: (constant), lokasi, kualitas produk, harga
B. Dependent variable: keputusan pembelian
Sumber : Output SPSS 23

Dari tabel C.3 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,372. Hal itu berarti 37,2% variasi keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen di atas. Sedangkan sisanya (100% - 37,2% = 62,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

F. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel C.4
Hasil Analisis Regresi Linier Bergand

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.125	6.478		1.872	.069
KUALITAS PRODUK	.241	.109	.284	2.224	.033
HARGA	.325	.142	.295	2.285	.028
LOKASI	.317	.096	.424	3.290	.002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan tabel C.4 di atas didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y=12,125+0,241X_1+0,325X_2+0,317X_3$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1. Konstanta = 12,125

   Jika variabel kualitas produk, harga dan lokasi = 0, maka keputusan pembelian sebesar 12,125

2. Koefisien X_1 = 0,241

   Apabila variabel kualitas produk (X_1) naik 1 tingkat dan variabel independen lainnya tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,241.

3. Koefisien X_2 = 0,325

   Apabila variabel harga (X_2) naik 1 tingkat dan variabel independen lainnya tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,325.

4. Koefisien X_3 = 0,317

   Apabila variabel harga (X_3) naik 1 tingkat dan variabel independen lainnya tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,317.

Dari model regresi linier berganda tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga, kemudian disusul oleh lokasi dan kualitas produk.

G. Uji T

Tabel C.5
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.872	.069
	KUALITAS PRODUK	2.224	.033
	HARGA	2.285	.028
	LOKASI	3.290	.002

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan Hasil Uji t (Parsial) pada tabel C.5 diperoleh nilai t hitung > t tabel nilai yaitu 2,224> 2,028, 2,285 > 2,028, 3,290 > 2,028 atau nilai

signifikansi pengetahuan produk 0,033, 0,028 dan 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas produk, harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

H. Uji F

Tabel C.6
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227.509	3	75.836	8.715	.000[b]
	Residual	313.266	36	8.702		
	Total	540.775	39			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian
b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, HARGA
Sumber : data Output SPSS 23

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel C.6 diperoleh nilai F hitung variabel kualitas produk, harga dan lokasi yaitu 8,715 > 2,87 atau nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

IV. PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang pertama yaitu kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. kualitas produk yang baik maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Dan juga sesuai dengan hasil uji T (Parsial) pada tabel C.5 diperoleh nilai t hitung > t tabel nilai yaitu 2,224 > 2,028 atau nilai signifikansi kualitas produk 0,033. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini mendukung kelima indikator kualitas produk menurut Yamit, selain itu penelitian ini juga mendukung teori yang

dikemukakan oleh Tjiptono (2016:81), "kualitas produk" memiliki pengaruh yang bersifat langsungterhadap keputusan pembelian. Serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ali, Djoko dan Listyorini (2013), menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang kedua yaitu harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh seorang untuk mengganti kepemilikan suatu barang maupun jasa. Dan sesuai dengan hasil Uji t (Parsial) pada tabel C.5 diperoleh nilai t hitung > t tabel nilai yaitu 2,285 > 2,028 atau nilai signifikansi harga 0,028. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini mendukung keempat indikator harga menurut Kotler dan Amstrong, selain itu penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:289), "harga" memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi harga dan peranan informasi dari harga. Serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aria dan Yahya (2016), menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

C. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang ketiga yaitu lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi merupakan hal yang penting bagi konsumen dalam

melakukan pembelian pada suatu produk maupun jasa. Dan sesuai dengan hasil Uji t (Parsial) pada tabel C.5 diperoleh nilai t hitung > t tabel nilai yaitu 3,290 > 2,028 atau nilai signifikansi harga 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya lokasi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini mendukung keempat indikator lokasi menurut Tjiptono, selain itu penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013:96) menyatakan bahwa, "lokasi" berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik. Serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Suprihhadi (2016), menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

D. Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang keempat yaitu kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan hasil dari seleksi yang dilakukan oleh konsumen dari beberapa pilihan produk yang tersedia untuk memutuskan membeli produk yang disukai. Dan sesuai dengan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel C.6 diperoleh nilai F hitung variabel pengetahuan produk, minat beli dan harga yaitu 8,715 > 2,87 atau nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jadi, kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri. Hasil penelitian ini mendukung kelima indikator

keputusan pembelian menurut Priansa (2017:90).

V. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

A. Kualitas produk secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, kualitas produk sudah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri maka akan meningkatkan penjualan.

B. Harga secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika harga yang sudah ditetapkan sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri maka akan terjadi peningkatan terhadap keputusan pembelian serta meningkatkan omset penjualan.

C. Lokasi secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika lokasi pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" sudah strategis dan sesuai dengan kenyaman konsumen saat memutuskan untuk melakukkan pembelian maka akan menyebabkan peningkatan terhadap keputusan pembelian.

D. Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika kualitas produk, harga dan lokasi sesuai dengan yang diinginkan konsumen maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian pada rumah makan "Mie Ayam dan Bakso 45" Jl. Hos Cokroaminoto Burengan – Kediri.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Aminudin, Lucky. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Volume 15 No. 05. Tersedia: https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/download/10428/10012. Diunduh tanggal 16 April 2018.

Aria, Sejati dan Yahya. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks.* Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. Volume 5, Nomor 3. Tersedia: https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1503/1460. Diunduh tanggal 16 April 2018.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermika, Rani. 2015, *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng Steak & Shake Cabang Jalan Angkatan 66 Palembang.* Tersedia: http://eprints.radenfatah.ac.id/254/1/RANI%20HERMIKA_Febi.pdf. Di unduh tanggal 16 April 2018.

Kotler, Philip dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

_____2011. 10th *Edition. "Marketing an Introduction"* Indonesia: *Pearson.*

_____2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia Jakarta.

_____2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

_____2014. *Principle Of Marketing.* 15th *Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.*

Kotler, Philip dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. 15th *Edition. Pearson Education Inc.*

Kurniasari, Nova Dhita. 2013, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang).* Tersedia: http://eprints.undip.ac.id/39200/1/KURNIASARI.pdf. Diunduh tanggal 16 April 2018.

Kurniawan, Ferdy Zoel. 2013. *Pengaruh Harga, produk, Lokasi dan Pelayanan Tehadap Keputusan Pembelian pada Soto Angkring "Mas Boed" Spesial Ayam Kampung Semarang.* Tersedia: http://mahasiswa.dinus.ac.id/docs/skripsi/jurnal/13577.pdf. Diunduh tanggal 16 April 2018.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ketiga. Salemba Empat. Jakarta.

Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis*

Kontemporer. Alfabeta : Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung.

Priyatno, D. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media

Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran Teori dan Implementasi* – Ed. I . – Yogyakarta: ANDI

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta.

_____. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Andi : CV. Andi Offset Jl. Beo 38-40 Yogyakarta.

Wahyu, Djoko dan Lisyorini, Sari. 2013. *Pengaruh Keberagaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada McDonald's Java Mall Semarang*. Jurnal Tersedia: https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/2483/2491. Diunduh tanggal 16 April 2018.

Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Penerbit Ekonisia. Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta.

Yuliana, Imelda dan Suprihhadi Heru. 2016, *Pengaruh kualitas Layanan, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donuts Basuki Rahmat Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. Volume 5, Nomor 6. Tersedia: http://repository.stiesia.ac.id/1238/3/BAB%201.pdf. Di unduh tanggal 16 April 2018.

Yunda, Citra Putri Faiziah. 2014, *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang)*. Tersedia: http://eprints.undip.ac.id/42793/1/YUNDA.pdf. Di unduh tanggal 16 April 2018.