

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Mohamad Solichudin
solichudin2203@gmail.com

Anindhya Budiarti
anindhytabudiarti@stiesia.ac.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Competition in the increasingly fierce business world encourages business people must know how to fulfill the needs and desires of their consumers, by providing satisfactory quality services, affordable prices and convenient location and easy to reach. This research aims to determine the influence of the service quality, price and location on the decision to buy Lamongan chicken soto of Cak Har Merr Surabaya. This type of research uses quantitative descriptive method. The population in this research is the customers Lamongan chicken soto Cak Har Merr Surabaya which is at least 20 years old. The sampling technique that been used is the accident sampling technique with the number of the samples is 98 respondents. The data analysis technique that been used is multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression analysis shows that the variable quality of service, price and location have a positive influence on purchasing decisions. The result of hypothesis test shows that the service quality, price and location variables are positive and significant to the buying decision of Lamongan chicken soto Cak Har Merr Surabaya.

Keywords: *quality of service, price, location and purchase decision*

ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat mendorong pelaku bisnis harus mengetahui bagaimana cara memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya, dengan cara memberikan kualitas layanan yang memuaskan, harga yang terjangkau serta lokasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya yang minimal berusia 20 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik accident sampling dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Kata kunci : kualitas layanan, harga, lokasi, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Tingkat pertumbuhan bisnis kuliner di wilayah Jawa timur pada 2017 akan bertahan diatas 20 persen. Selain di dukung banyaknya infrastruktur seperti mall yang di resmikan tahun ini, beberapa pengusaha juga giat memperkenalkan brand franchise berbasis lokal dipercaya juga akan membantu pertumbuhan secara signifikan. Pada pertengahan Februari lalu, ketua Asosiasi pengusaha cafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Tjahyono Haryono, mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis kuliner di Jawa timur, khususnya surabaya, akan berada di angka 20 persen. Menurutnya, salah satu penyebabnya adalah banyaknya prasarana penunjang bisnis kuliner yang diresmikan.

Persaingan sengit bisnis kuliner ini salah satunya terjadi di Surabaya yang merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Hal ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas

masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah, mengakibatkan mereka selalu mencari suatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Banyak wanita karir yang menghabiskan waktu di luar rumah, sehingga kesulitan dalam menjalankan aktivitas sebagai ibu rumah tangga termasuk menyediakan makanan bagi keluarga karena begitu banyak waktu yang dilakukan di luar rumah.

Karena dengan memilih membeli makanan di luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan, mereka juga mencari tempat makan yang memiliki suasana yang tenang dan nyaman. Oleh karenanya banyak pemain bisnis kuliner yang menggunakan strategi kualitas layanan sebagai faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen karena pelayanan mempengaruhi kenyamanan konsumen. Dalam rangka menciptakan kepuasan terhadap konsumen, produk atau jasa yang ditawarkan harus berkualitas. Dengan memberi pelayanan yang berkualitas dapat mendongkrak tingkat pembelian konsumen.

Selain kualitas layanan, harga termasuk variabel yang penting dalam pemasaran. Apabila suatu produk memiliki harga yang sesuai dengan produk tersebut atau mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dengan mencantumkan harga yang relatif mudah dijangkau berkemungkinan memberikan pengaruh yang baik kepada produsen. Menurut Kotler dan Keller (2009:117) harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk.

Jika penetapan kualitas layanan dan harga sudah tepat tetapi penentuan lokasi kurang tepat juga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga pelaku bisnis juga memerlukan perhitungan tentang penentuan lokasi bisnis agar strategi yang telah di rancang akan sesuai dengan keinginan dan berjalan dengan lancar. Menurut Lupiyoadi (2013:96) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan di tempatkan.

Salah satu pemain bisnis kuliner yang memperhatikan kualitas layanan, harga dan lokasi untuk menghadapi persaingan yang selalu berkembang adalah rumah makan soto lamongan Cak Har, rumah makan ini berdiri sejak tahun 2009 hingga sampai saat ini yang beralamatkan di jalan Merr Surabaya, soto Cak Har merupakan salah satu rumah makan yang banyak di gemari oleh para konsumen, khususnya para pecinta soto. Rumah makan soto lamongan cak har hanya menjual soto ayam dengan daging ayam yang lembut dan kuah yang kental dengan olahan masakan yang pas menjadikan cita rasa khas yang berbeda dengan beberapa rumah makan soto yang lainnya. Tetapi dengan semakin ketat dan luasnya persaingan hal tersebut saja tidak cukup untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan kondisi tersebut pemilik rumah makan Soto Lamongan Cak Har harus berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan volume penjualan pada rumah makan yang dimilikinya. Kualitas layanan, harga dan lokasi sangatlah berkaitan erat dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan batasan dan identifikasi masalah yang telah di tentukan oleh penulis maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi : (1) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har ?. (2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har ?. (3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har ?. sedangkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1). Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. (2). Untuk mengetahui berpengaruh harga terhadap keputusan pembelian. (3). Untuk mengetahui berpengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.

TINJAUAN TEORITIS

Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2014:27) Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pengertian di atas memperlihatkan adanya suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan serta adanya suatu usaha yang diarahkan untuk memperoleh kebutuhan tersebut dengan cara mengadakan hubungan dengan pihak lain. Mencakup barang dan jasa serta gagasan yang berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2009:65) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Pelayanan adalah kegiatan, manfaat atau kegunaan yang di tawarkan untuk dijual kepada pembeli. Dengan kata lain pelayanan merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh penjual untuk memberikan sesuatu kepada konsumen untuk kepuasan konsumen. Pelayanan di berikan dengan cara memberi perhatian terhadap konsumen, memberi potongan harga, atau pun pemberian sebuah hadiah. Prinsipnya pemberian pelayanan dilakukan untuk memenuhi apa yang di inginkan konsumen agar mereka merasa puas dan sesuai harapan.

Pelayanan merupakan salah satu kunci sukses perusahaan dalam menghadapi ketatnya persaingan dalam mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan karena kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan kesan positif pada pelanggan yang memungkinkan timbulnya kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan. kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa sesuai kebutuhan, keinginan dan harapan para pelanggan. Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Harga

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran.

Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan bauran pemasaran dan terdiri dari produk, harga, promosi, serta lokasi. Setelah lokasi juga bisa di sebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi berhubungan langsung dengan konsumen. Sehingga dengan kata lain lokasi merupakan tempat dimana produsen menyalurkan produknya kepada konsumen.

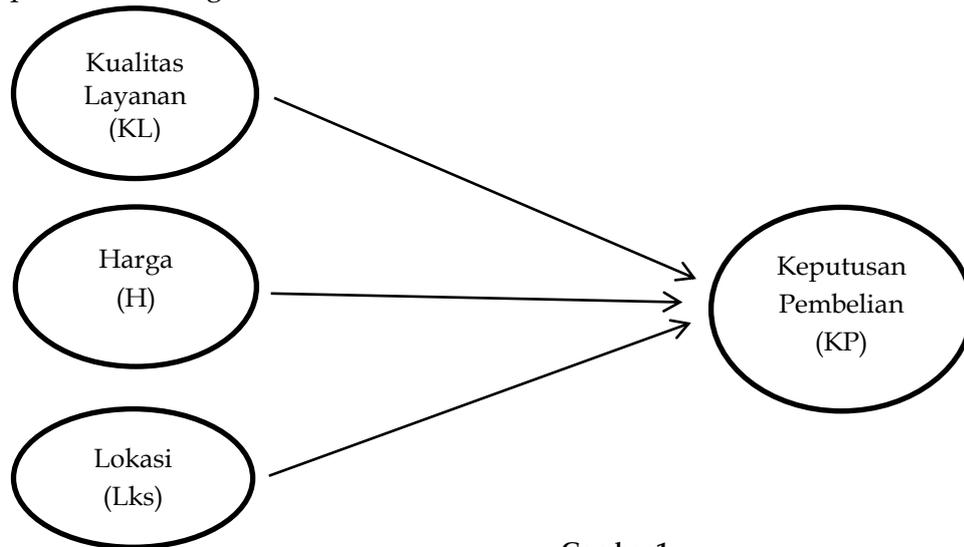
Menurut Alma (2012:103) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi menurut Alma (2012:105) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Setiadi (2010:32) menyatakan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Rerangka Pemikiran

Untuk memudahkan penganalisaan pada penelitian ini maka diperlukan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Hipotesis

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas layanan adalah hal yang penting yang harus diberikan oleh para pelaku bisnis. Dengan kualitas layanan yang baik akan memenuhi kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan mereka. Karena kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

H₁ : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Harga merupakan nilai tukar yang di bayarkan agar memperoleh manfaat yang sesuai dengan keinginan. Dengan harga yang mudah di jangkau atau harga yang sesuai dengan manfaat yang di peroleh maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

Lokasi merupakan di mana usaha itu dilakukan, dengan pemilihan lokasi yang tepat akan menguntungkan bagi para pelaku bisnis, karena pemilihan lokasi yang pas seperti mudah nya akses menuju lokasi tersebut, parkir yang luas, tempat yang nyaman. Sehingga para konsumen akan merasa nyaman sehingga akan melakukan tindakan keputusan pembelian.

H₃ : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Data yang di analisis dalam skripsi ini adalah data yang didapat dari penyebaran kuisioner kepada responden yang di anggap memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dari populasi dalam penelitian. Adapun populasi yang digunakan penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari soto ayam Lamongan Cak Har.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling*. Yang menurut Sugiyono (2008:125) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dalam teknik yang digunakan tersebut terdapat teknik *accidental sampling* yang menurut Sugiyono (2008:126) adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, dimana orang yang kebetulan bertemu tersebut cocok untuk dijadikan sebagai sumber data. Artinya konsumen yang kebetulan di temui itu cocok sebagai sumber data dalam arti konsumen yang membeli produk dari rumah makan soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai suatu upaya dengan melakukan survey terhadap obyek yang akan diteliti untuk memperoleh data secara primer secara langsung melalui kuisioner. Pengukuran pembobotan nilai kuisioner menggunakan skala *likert*. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian yaitu data primer. Data primer Adalah data yang diperoleh peneliti langsung dilapangan yang bersumber dari para pelanggan di rumah makan soto ayam Lamongan Cak Har yang akan membeli dengan cara meberikan kuisioner untuk diisi dan kemudian dikumpulkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data subjek (*self-report data*). Data subjek (*self-report*) merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden).

Variabel Dan Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian terdapat 2 macam variabel, yaitu : (1) Variabel bebas yang merupakan variabel yang berdiri sendiri dimana variabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel lain tetapi dapat memengaruhi variabel lain. Maka yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu kegiatan membangun hubungan yang baik kepada konsumen dengan dengan melayani konsumen secara maksimal. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dan Hamdani, (2009:182): a) *Tangibles* (Bukti Fisik). b) *Reliability* (Kehandalan). c) *Responsiveness* (Ketanggapan). d) *Assurance* (Jaminan Dan Kepastian). e) *Emphaty* (Empati).

Harga

Harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan laba, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tertentu. Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2014) yaitu: a) Keterjangkauan harga. b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. c) Daya saing. d) Kesesuaian harga dengan manfaat produk. e) Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

Lokasi

Lokasi dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah usaha, dimana lokasi dapat membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Indikator yang mencirikan lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Widowati dan Susanto (2011:183) : a) Kemudahan parkir . b) Kelancaran akses menuju lokasi. c) Kedekatan lokasi.

Keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini yang akan dilakukan, penulis menggunakan variabel terikat berupa keputusan pembelian. Adapun indikatornya menurut Kotler (2008:181) sebagai berikut: a) Kemantapan pada sebuah produk. b) Melakukan pembelian ulang. c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:11) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2011:45). Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil 5% (*level of significance*) menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sah atau valid sebagai pembentuk indikator.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,60 (Ghozali, 2013:41).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Suliyanto (2011:69) Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal

(*normal probability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Priyanto, 2012:151). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance Inflation Factor (VIF)*.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Suliyanto (2011:95) Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah yang homokedastisitas. Menurut Suliyanto (2011:98) uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara harga, layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi linier berganda menurut Riduwan (2003:253) adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Uji Kelayakan Model

Uji f

Menurut Imam Ghozali (2013:98) uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan $F \geq 0,05$, menunjukkan variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka model dikatakan tidak layak untuk digunakan. (2) Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$, menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka model dikatakan layak untuk digunakan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi atau besarnya sumbangan secara keseluruhan dari variabel bebas (kualitas layanan, harga dan lokasi) terhadap variabel terikat dan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang tidak dimasukkan kedalam model. Kriteria koefisien determinasi berganda adalah sebagai berikut : (1) Apabila nilai R^2 mendekati 1 maka terjadi pengaruh yang kuat. (2) Apabila nilai R^2 mendekati 0 maka terjadi pengaruh yang lemah.

Uji t

Uji hipotesis menggunakan uji t untuk mengetahui keseluruhan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t signifikan dengan taraf nyata 95%. Penelitian ini menggunakan probabilitas taraf nyata 95% atau $\alpha = 0,05$ sehingga dapat diketahui pengaruh variabel bebas secara individu dengan kriteria jika t

signifikan $< \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t > \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk melihat apakah variabel atau pernyataan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pernyataan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur. Hasil uji validitas data sebagaimana dapat digambarkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | Corrected Item-total Correlation (r_{hitung}) | r_{tabel} | Keterangan |
|---------------------|-----------|--|-------------|------------|
| Kualitas layanan | Kl.1 | 0,236 | 0,165 | Valid |
| | Kl.2 | 0,385 | | Valid |
| | Kl.3 | 0,258 | | Valid |
| | Kl.4 | 0,180 | | Valid |
| | Kl.5 | 0,440 | | Valid |
| Harga | H.1 | 0,360 | | Valid |
| | H.2 | 0,197 | | Valid |
| | H.3 | 0,258 | | Valid |
| | H.4 | 0,470 | | Valid |
| | H.5 | 0,170 | | Valid |
| Lokasi | L.1 | 0,457 | | Valid |
| | L.2 | 0,440 | | Valid |
| | L.3 | 0,410 | | Valid |
| Keputusan pembelian | Kp.1 | 0,470 | | Valid |
| | Kp.2 | 0,457 | | Valid |
| | Kp.3 | 0,470 | | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan mengenai dari seluruh variabel yang berjumlah 16 item, mempunyai nilai korelasi yang lebih besar 0,165 maka hal ini berarti seluruh item pernyataan yang berjumlah 16 item tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Dari hasil uji reabilitas nilai *cronbach alpha* dapat mereka dapat digambarkan pada tabel. Sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| 0,730 | 4 |

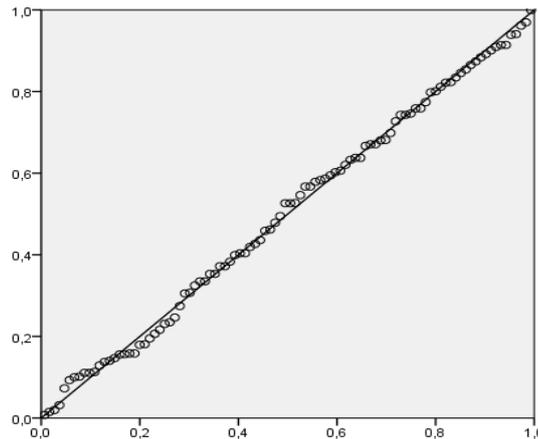
Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 2 terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,730 lebih besar dari 0,60 yang berarti butir-butir pernyataan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode pendekatan grafik. Pendekatan yang dipakai untuk menilai normalitas data dengan pendekatan grafik, yaitu grafik *Normal P-P Plot regression standart*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. Grafik normalitas disajikan dalam gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 1

Analisis Grafik Uji Normalitas Data

Jika penyebaran data (titik) di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari Gambar 1 dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y (*Expected Cum. Prob*). Dengan sumbu X (*Observed Cum Prob*). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS mereka dapat digambarkan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|------------------|-----------|-------|-------------------------|
| Kualitas Layanan | 0,519 | 1,926 | Bebas Multikolinearitas |
| Harga | 0,661 | 1,514 | Bebas Multikolinearitas |
| Lokasi | 0,533 | 1,875 | Bebas Multikolinearitas |

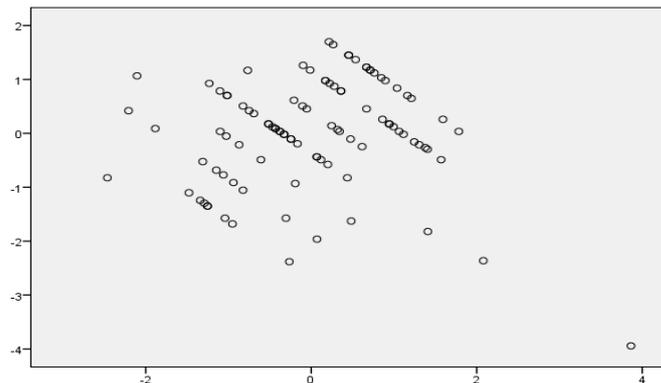
Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *variance influence factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi penelitian ini tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut

juga dengan bebas dari multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam sebuah model regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari suatu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik scatterplot dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2017

Gambar 2

Analisis Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari Gambar 2, terlihat plot menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola yang jelas, tersebar di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bebas dari gejala gangguan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | B | t | Sig |
|------------|-------|-------|------|
| (Constant) | 5,266 | 2,211 | ,029 |
| KL | ,683 | 6,758 | ,000 |
| H | 1,063 | 7,985 | ,000 |
| L | ,643 | 4,795 | ,000 |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4 hasil perhitungan analisis regresi diatas, maka dapat di tentukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 5,266 + 0,683(KL) + 1,063(H) + 0,643(L) + e$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut: a) Nilai konstanta sebesar 5,266 menunjukkan besarnya variabel dependen keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 5,266 apabila tidak dipengaruhi oleh

variabel-variabel independen kualitas layanan, harga dan lokasi. b) Besarnya nilai koefisien regresi variabel kualitas produk 0,683 nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengidentifikasi bahwa setiap indikator yang terdapat dalam variabel kualitas layanan memiliki dampak atau pengaruh yang signifikan. Maka melalui variabel kualitas layanan mendukung keputusan pembelian konsumen pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. c) Besarnya nilai koefisien regresi variabel harga 1,063 , nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator yang terdapat dalam variabel harga memiliki dampak atau pengaruh yang signifikan. Maka melalui variabel harga ini sangat mendukung keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. d) Besarnya nilai koefisien regresi variabel lokasi 0,643, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator yang terdapat dalam variabel lokasi memiliki dampak atau pengaruh yang signifikan. Maka melalui variabel lokasi ini sangat mendukung keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Uji Kelayakan Model

Uji f

Uji kelayakan model dilakukan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memperdiksi pengaruh variabel independen bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji kelayakan model untuk model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dapat mereka dapat digambarkan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Kelayakan Model

| | Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 166,813 | 3 | 55,604 | 28,461 | 0,000 ^b |
| | Residual | 183,646 | 94 | 1,954 | | |
| | Total | 350,459 | 97 | | | |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 5 di atas, didapat tingkat signifikan uji kelayakan model = 0,000 < 0,05 (*level of significant*), yang menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada soto ayam lamongan Cak Har di Merr Surabaya.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui presentase kontribusi variabel yang terdiri dari kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Perhitungan melalui alat bantu SPSS, tingkat koefisien determinasi dapat mereka dapat digambarkan pada Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,744 ^a | ,553 | ,539 | 1,29109 | 2,052 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas_layanan, Harga dan Lokasi
b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 6 diatas diketahui R square (R^2) untuk model regresi sebesar 0,553 atau 55,3% yang menunjukkan bahwa 55,3% perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 44,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel-variabel kualitas layanan, harga dan lokasi, secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,744 atau 74,4% . Hal ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial atau individu untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Perhitungan melalui alat bantu SPSS, tingkat koefisien determinasi dapat mereka dapat digambarkan pada Tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji t

| Model | T | Sig | Keterangan |
|------------|-------|------|------------|
| (Constant) | 2,211 | ,029 | |
| KL | 6,758 | ,000 | Signifikan |
| H | 7,985 | ,000 | Signifikan |
| L | 4,795 | ,000 | Signifikan |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan perhitungan uji regresi berganda yang tercantum pada Tabel 7, maka hasilnya memberikan pengertian bahwa: a) Hipotesis 1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Sesuai tabel 18 di atas, nilai signifikan dari variabel Kualitas layanan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. b) Hipotesis 2 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Sesuai tabel 18 di atas, nilai signifikan dari variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis kedua diterima. Variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. c) Hipotesis 3 : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Sesuai tabel 18 di atas, nilai signifikan dari variabel lokasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga di terima. Variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang di tawarkan oleh soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Indikator yang terkandung didalam variabel kualitas layanan yaitu kondisi bangunan yang bersih dan menarik, pelayan melayani konsumen dengan tepat dan cepat, pelayan tanggap terhadap kebutuhan yang di inginkan, jaminan dan kepastian sesuai dengan yang anda inginkan dan pelayan mampu memperlakukan konsumen dengan baik. Dari kesemua indikator tersebut nantinya akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Heny *et al.*, (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan semakin baik harga yang di tawarkan oleh soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya maka pelanggan semakin tertarik untuk melakukan pembelian kembali. Seperti indikator yang terkandung di dalam variabel harga yaitu harga yang di tawarkan soto Cak Har mampu di jangkau oleh pelanggan, kesesuaian harga dan kualitas produk yang diberikan soto cak har sesuai dengan keinginan anda, harga yang diberikan Soto Cak Har berbeda dan bersaing dengan produk yang sama, kesesuaian harga yang di berikan soto Cak Har sesuai dengan manfaat produk yang anda dapat, harga dan cita rasa yang diberikan soto Cak Har sesuai dengan yang anda harapkan. Dari kesemua indikator tersebut nantinya akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rares dan Jorie (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel lokasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada pelanggan soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan semakin baik lokasi pada soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya maka pelanggan semakin tertarik untuk kembali. Seperti indikator yang terkandung didalam variabel lokasi yaitu tersedianya tempat parkir yang luas dan aman karena di jaga beberapa orang, akses menuju lokasi mudah di jangkau oleh konsumen dan kedekatan lokasi dengan area perkantoran, kampus dan perumahan. Dari kesemua indikator tersebut nantinya akan semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Suprianto *et al.*, (2014) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian soto ayam lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen soto ayam lamongan Cak Har Merr Surabaya. (2) Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian soto ayam lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang diberikan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen soto ayam

lamongan Cak Har Merr Surabaya. (3) Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian soto ayam lamongan Cak Har Merr Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi yang diberikan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen soto ayam lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan penelitian yang dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut : (1) Obyek penelitian ini yaitu soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya, dengan sampel sebanyak 98 melalui kuisioner yang dibagikan. Dimana jika ingin hasil yang lebih baik maka dapat menambah sampel dengan membagikan kuisioner lebih banyak lagi. (2) Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu kualitas layanan, harga dan lokasi. Sedangkan masih banyak terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga peneliti ini belum mencakup keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. (3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini dapat dijadikan sebagai kajian pustaka, untuk lebih memaksimalkan hasil dari penelitian ini, maka peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian soto ayam Lamongan Cak Har Merr Surabaya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut : (1) Pihak soto ayam Lamongan Cak Har sebaiknya lebih meningkatkan lagi kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dan yakin kepada soto ayam Lamongan Cak Har. (2) Pihak soto ayam Lamongan Cak Har diharapkan tetap menerapkan penetapan harga, yang berarti harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diterima oleh konsumen dan juga harus selalu memperhatikan harga dari pesaing. (3) Pihak soto ayam Lamongan Cak Har tidak hanya berfokus pada tempat yang strategis tetapi juga menyediakan lahan parkir yang cukup dan keamanan bagi pelanggan soto ayam Lamongan Cak Har.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Edisi kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Heny, S., M. L.L. Budi.H dan M. Mukeri. 2014. The Inflnce Of Diversity Product, Price, Location, And Quality Of Servise On Purchasing Decition Pastries In The CV. Mega Antera Semarang. *Jurnal Manajemen Unpand* 1(1):1-14
- Kotler . 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks .
- _____. dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* . Erlangga. Jakarta
- _____. dan G.Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey..
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Priyanto, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Andi. Jakarta.
- Rares, A. dan R.J. Jorie. 2015. The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decition Of Consumers At Bengkel Gaol Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA* 3(2): 592-604.

- Setiadi, N, 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung Alfabeta.
- _____.2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- _____.2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Suprianto, D., H. Susanto dan S. Nurseto. 2014. The Effect Of Product Design, Price, And Location Toward Purchase Decision Study Of Bukit Mutiara Jaya Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3(4): 400-409
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta.
- Widowati, S Y. dan A. Susanto. 2011. Pengaruh Kualitas pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada KOPMA USM). *Jurnal Dinamika Sosbud* 13(2): 179-190.