

Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja

Tiara Ramadhan Nabiila Al-Faatihah*, Nina Maharani, Dede R Oktini

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*tiaramadhannabiila@gmail.com, maharani.nina09@gmail.com, dedeoktini@yahoo.com

Abstract. This study aims to find out how the description of product quality, location and consumer purchasing decisions at Kedai Mie Yamin and Bakso Restorja, and how much influence product quality, location have on consumer purchasing decisions partially and simultaneously. This research is a type of descriptive and verification research using quantitative research methods. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The population in this study are consumers who have purchased food products from Kedai Mie Yamin and Bakso Restorja with a sample of 100 respondents. Data analysis used in this research is descriptive analysis and uses multiple linear regression analysis with hypothesis testing using t-test and f-test analysis. The results of this study indicate that product quality partially has a significant effect on consumer purchasing decisions, location partially has a significant effect on consumer purchasing decisions, and product quality and location simultaneously influence consumer purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Location, Consumer Purchase Decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran kualitas produk, lokasi dan keputusan pembelian konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja, serta seberapa besar pengaruh kualitas produk, lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu purposive sampling, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk makanan Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan analisis uji-t dan uji-f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, serta kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas produk, Lokasi, Keputusan Pembelian Konsumen.*

A. Pendahuluan

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor perekonomian yang berkontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan negara Indonesia, Hal tersebut didukung dengan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia bahwa Industri makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu sektor penting yang menunjang kinerja industri pengolahan nonmigas. Pada triwulan I tahun 2022, industri mamin menyumbang lebih dari sepertiga atau sebesar 37,77% dari PDB industri pengolahan nonmigas (kemenperin.go.id, 2022).

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota di Indonesia dengan potensi pariwisata yang cukup tinggi, dan yang menjadi ciri khas kota Bandung adalah wisata kulinernya, Hal ini didukung dengan fakta dari data yang publikasi oleh Dinas Pariwisata Kota Bandung bahwa dari tahun 2017 hingga 2020, jumlah rumah makan di Kota Bandung mengalami kenaikan yang terbilang cukup pesat. dari 889 rumah makan di tahun 2017 menjadi 1041 rumah makan di tahun 2020. Salah satu makanan yang terkenal dan digemari masyarakat kota Bandung adalah mie yamin dan bakso. di Bandung, yang membuka usaha dengan menjual mie yamin dan bakso cukup banyak terutama di wilayah kabupaten Bandung Barat salah satunya Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja. hasil wawancara menunjukkan bahwa data penjualannya mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2018-2021. Hal ini dikarenakan adanya penurunan kualitas makanan terkait dengan tekstur makanan yang disajikan serta kurangnya lahan parkir bagi kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat. Kedua hal tersebut membuat kurangnya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian di Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menggali lebih dalam. permasalahan yang muncul dari fenomena tersebut, serta menganalisis permasalahan dengan judul: “Pengaruh kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja).

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk, lokasi dan keputusan pembelian konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu Kualitas Produk dan Lokasi dengan variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen yang diuraikan sebagai berikut:

Kualitas Produk

Maulana *et.al* (2020) menyatakan Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi ekspektasi konsumen. sedangkan Sari (2021) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. dimensi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Maulana *et.al* (2020) & Konuk *et.al* (2019) yaitu: freshness, healthyness, presentation, well cooked, dan variety of food.

Zulkarnaen, (2017) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian Maulana *et.al*, (2020) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Lokasi

Menurut Maulana *et.al* (2020), lokasi merupakan keputusan suatu perusahaan untuk menentukan dimana usahanya berlokasi, serta tempat untuk menyalurkan produk maupun jasa kepada konsumen. Kemudian Saota *et.al* (2021) menyatakan bahwa lokasi merupakan tempat dimana penjual memilih untuk memulai bisnisnya sebagai pusat pendistribusian barang kepada konsumen. dimensi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Maulana *et.al*, (2020) &

Tjiptono (2018) yaitu: aksesibilitas, visibilitas, tempat parkir, dan lingkungan.

Oktaviani et.al, (2019), menyatakan dalam penelitiannya bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian Maulana et.al, (2020) menyatakan dalam penelitiannya bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kotler & Amstrong, (2018) keputusan pembelian konsumen merupakan tahapan proses pengambilan keputusan bagi konsumen untuk benar-benar membeli suatu produk. Kemudian Firmansyah, (2018:27) menyatakan keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. dimensi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler & Amstrong yaitu: pilihan produk, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, maka penulis menggunakan hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja.
2. H2: Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja.
3. H3: Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode kuantitatif. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian sebanyak 100 responden yang pernah membeli produk Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Dimensi dan indicator yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dalam operasional variabel sebagai berikut :

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Produk (X1) (Maulana <i>et.al</i> , 2020; Konuk <i>et.al</i> , 2019) –	<i>Freshness</i>	Aroma makanan sedap Aroma makanan menggugah selera makan Warna makanan terlihat segar Rasa makanan pas Tekstur makanan pas
	<i>Healthyness</i>	Tidak menggunakan bahan pengawet Tidak menggunakan banyak penyedap rasa Terjamin kebersihannya
	<i>Presentation</i>	Porsi sesuai dengan persentasi di menu
	<i>Well Cooked</i>	Matang sempurna Disajikan dengan suhu yang pas
	<i>Variety of Food</i>	Variasi <i>topping</i> Variasi menu makanan
Lokasi (X2) (Maulana <i>et.al</i> , 2020; Tjiptono, 2018)	Aksesibilitas	Dapat dijangkau menggunakan angkutan umum Dapat dijangkau menggunakan kendaraan pribadi
	Visibilitas	Dapat dilihat jelas dari tepi jalan Dapat dilihat melalui <i>Google Maps</i>
	Tempat Parkir	Tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda dua Tempat parkir yang aman untuk kendaraan roda dua Tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda empat Tempat parkir yang aman untuk kendaraan roda dua
	Lingkungan	Lokasi berada didekat pemukiman warga Lokasi berada didaerah pemukiman warga
Keputusan Pembelian Konsumen (Kotler & Amstrong (2018))	Pilihan Produk	Kualitas makanan yang baik Menu sesuai dengan selera konsumen
	Pilihan Penyalur	Memilih karena lokasi usaha mudah dijangkau Memilih karena mudah dalam melalukan pembelian Memilih karena memiliki pelayanan yang baik
	Waktu Pembelian	Melakukan pembelian ulang dalam satu bulan
	Jumlah Pembelian	Membeli lebih dari satu variasi makanan
	Metode Pembayaran	Mudah dalam melakukan pembayaran secara tunai Mudah dalam melakukan pembayaran secara non tunai

Tabel 2. Rentang Klasifikasi

Lebar Interval	Mean	Keterangan
100 – 180	1,00 - 1,80	Sangat Buruk
181 – 260	1,81 - 2,60	Buruk
261 – 340	2,61 - 3,40	Cukup
341 – 420	3,41 – 4,20	Baik
421 – 500	4,21 – 5,00	Sangat baik

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian berdasarkan skor rata-rata seperti tabel 2 di atas.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu Proposional Stratified Sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 91 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	Skor	Mean	Kategori
Total	5.354	53.54	
Rata-rata	411	4.11	Baik

Berdasarkan tabel 3 di atas, tanggapan responden mengenai Kualitas Produk menghasilkan rata-rata skor sebesar 4.11 yang berada dalam interval 3,41-4,20, Artinya secara keseluruhan Kualitas Produk Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja dapat dikatakan “Baik” sesuai apa yang dirasakan konsumen.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

Pernyataan	Skor	Mean	Kategori
Total	3.660	36.60	
Rata-rata	366	3.66	Baik

Berdasarkan tabel 4 di atas, tanggapan responden mengenai Lokasi menghasilkan rata-rata skor sebesar 3.66 yang berada dalam interval 3,41-4,20, Artinya secara keseluruhan responden menilai Lokasi Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja dapat dikatakan “Baik” sesuai apa yang dirasakan konsumen.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Pernyataan	Skor	Mean	Kategori
Total	3.576	35.76	
Rata-rata	397	3.97	Baik

Berdasarkan tabel 5 di atas, tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Konsumen menghasilkan rata-rata skor sebesar 3.97 yang berada dalam interval 3,41-4,20, Artinya secara keseluruhan responden menilai Keputusan Pembelian Konsumen yang diberikan kepada Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja dapat dikatakan “Baik” sesuai apa yang dirasakan konsumen.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta		Sig.	Tolerance
1	(Constant)	5,398	2,891		1,867		,065
	Kualitas Produk	,335	,059	,484	5,657	,000	,607 1,646
	Lokasi	,351	,086	,350	4,097	,000	,607 1,646

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Setelah ditemukan t tabel sebesar 1,984, dapat disimpulkan bahwa: (a) Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, thitung > ttabel atau 5,657 > 1,984 dengan nilai Sig 0,000b < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen. (b) Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, thitung > ttabel atau 4,097 > 1,984 dan Sig 0,000b < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian Konsumen.

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1932,548	2	966,274	64,057	,000 ^b
	Residual	1463,196	97	15,084		
	Total	3395,744	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant). Lokasi. Kualitas Produk

Dilihat dari tabel 7 di atas, diperoleh bahwa nilai Fhitung sebesar 64,057 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000b. Nilai ini menjadi uji statistik yang akan dibandingkan dengan nilai Ftabel sebesar 3,09. Maka berdasarkan pengolahan diatas, Fhitung > Ftabel atau 64,057 > 3,09 dan Sig 0,000b < 0,05 maka Ho ditolak dan menerima Ha, artinya dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sesuai dengan penelitian dari Maulana et.all (2020) dan Arianto et.all (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sesuai dengan penelitian dari Muharromah et.all (2017) dan Oktaviani et.all (2019)

yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sesuai dengan penelitian dari Maulana et.al (2020) dan Abdurrahman et.al (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

D. Kesimpulan

1. Tanggapan responden mengenai kualitas makanan, lokasi, dan keputusan pembelian konsumen terhadap Kedai Mie Yamin dan Bakso Restorja masuk dalam kategori Baik,
2. Berdasarkan hasil uji-T, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji-T, dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji-F, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Daftar Pustaka

- [1] Abdurrahman, Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, 2(4), 230. (Diakses pada hari Sabtu, 23 Juli 2022 jam 21.37).
- [2] Arianto, N., Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Pemasaran, 3(2), 12-22.
- [3] Konoq, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organics food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 103-110.
- [4] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- [5] Maulana, et. al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sate Banyumas Kota Bandung. Bandung : Universitas Islam Bandung.
- [6] Muharromah, E.R., Oktini DR., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Lexa di Rancaekek). ISSN: 2460-7858.
- [7] Nagara, Digjaya Nata, Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 2(1). 57-64.
- [8] Oktaviani, EM., & Oktini DR. (2019). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. ISSN: 2460-6545.
- [9] Saota, S., et.al. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD. Trialvela Kecamatan Fanamaya Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135-142.
- [10] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Tjiptono, F. 2018, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- [12] <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen> (Diakses pada hari kamis, 21 Juli 2022 jam 11.28).
- [13] <https://disbudpar.go.id> (Diakses pada hari kamis, 21 Juli 2022 jam 12.00).