

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA STAND MAKANAN TORI-YO SURABAYA

by M. Ilham Nur Cholis

Submission date: 10-Jul-2021 05:09PM (UTC+0700)

Submission ID: 1617838540

File name: jurnal_oke.pdf (276.79K)

Word count: 4654

Character count: 29110

1

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA STAND MAKANAN TORI-YO SURABAYA.

Oleh

M. Ilham Nur Choliz

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of Service Quality, Price, and Location on Consumer Purchase Interest at the Tori-Yo Surabaya food stand. This research uses quantitative methods. This study uses primary and secondary data where the method of collection uses a questionnaire. The population in this study are consumers who come PTC. This study will describe the causal relationship, so this method uses samples and hypotheses. The data instrument test used in this research is validity test, reliability test. The technical analysis in this study is multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (r^2) and hypothesis testing using the t test and f test. The results of this study obtained from multiple linear regression analysis are $MB = 0.395 + 0.149 KP + 0.176 H + 0.140 L + e$. The t test shows a significance probability < 0.05 which indicates that the variable Service Quality (X_1), Price (X_2) and Location (X_3) has a significant effect on Consumer Purchase Interest at the Tori-Yo Surabaya food stand (Y). The F test value has a significance probability value of $0.000 < 0.05$, where the variables of Service Quality (X_1), Price (X_2) and Location (X_3) together have a significant effect on Consumer Purchase Interest at the Tori-Yo Surabaya food stand (Y). The conclusion in this research is that the independent variables Service Quality (X_1), Price (X_2) and Location (X_3) have a significant effect on the dependent variable Consumer Purchase Interest at the Tori-Yo Surabaya food stand (Y). So that the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: Service Quality, Price, Location and Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada stand makanan Tori-Yo Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dimana metode pengumpulannya menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah konsumen yang datang PTC. Penelitian ini akan menggambarkan tentang hubungan sebab akibat, sehingga metode ini menggunakan sampel dan hipotesis. Uji instrumen data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Teknis analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (r^2) dan uji hipotesis menggunakan uji t , dan uji f . Hasil dari penelitian ini di peroleh dari analisis regresi linier berganda adalah $MB = 0,395 + 0,149 KP + 0,176 H + 0,140 L + e$. Uji t menunjukkan probabilitas signifikansi $< 0,05$ yang menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada stand makanan Tori-Yo Surabaya (Y). Nilai Uji F memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dimana variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) secara bersama – sama berpengaruh signifikan Minat Beli Konsumen pada stand makanan Tori-Yo Surabaya (Y). Simpulan dalam penelitin ini adalah variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Minat Beli Konsumen pada stand makanan Tori-Yo Surabaya (Y). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Minat Beli

1

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. Dengan kata lain konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan

Berdasarkan Observasi yang dilakukan penulis ditemukan adanya beberapa permasalahan pada kualitas pelayanan diantaranya : Kurang tanggapnya karyawan dalam melayani konsumen dikarenakan banyaknya konsumen, tidak adanya pembatas antrian untuk konsumen pada saat memesan produk.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. **Harga** merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Harga produk yang di tawarkan oleh Stand Makan Tori-yo menurut Saya relatif mahal, karena memang sasaran pasar dari pihak manajemen Tori-yo adalah kelas menengah keatas. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan Observasi yang dilakukan penulis ditemukan adanya beberapa permasalahan Harga, diantaranya : Tidak adanya potongan harga meskipun sedang ada hari libur nasional

Memilih **Lokasi** yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan,

dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya. Lokasi Stand Makan Tori-yo terletak pada Studio Food Court PTC mall. Hal ini yang membuat stand makan Tori-yo menjadi sangat ramai, disamping terletak pada studio Food Court stand makan Tori-yo juga berada bersebelahan dengan Gerja St. Cyprianus dan Studio XXI. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas.

Berdasarkan Observasi yang dilakukan penulis ditemukan adanya beberapa permasalahan, diantaranya : Apabila terjadi antrian yang cukup panjang akan mengganggu lalu lintas pengunjung.

Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Stand Tori-yo merupakan salah satu stand makanan yakitori jepang, harga yang ditawarkan juga relatif murah bagi kalangan menengah keatas. Pihak manajemen berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga produk maupun lokasi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk serta lokasi yang ada di stand makan, oleh karena itu berhasil tidaknya stand makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang relatif terjangkau serta lokasi yang mudah dijangkau.

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya persaingan bisnis stand makan di sekitar Food Court PTC Mall Surabaya. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar stand makan Tori-Yo terus meningkat, pihak pengelola Stand Makan Tori- Yo harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo
3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Stand Makan Tori-Yo

Landasan Teori

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014 : 268) definisi “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Wyock (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh Tjiptono (2014 : 268) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”

Pengertian Harga

Kotler & Armstrong (2016:324) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2012:67), harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya

Pengertian Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Kasmir, 2016). Lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen

Pengertian Minat Beli Konsumen

Menurut Chinomona et al (2013) dalam Lay (2019) minat beli merupakan faktor yang membuat keinginan oleh konsumen dalam sebuah produk atau jasa, yang dimana peningkatan minat beli berartisecara otomatis mengikuti peningkatan pada kemungkinan konsumen membeli sebuah produk dan jasa. Kemudian Schiffman dan Kanuk (2014), menjelaskan bahwa minat beli akan timbul ketika terdapat pengaruh eksternal, salah satunya usaha pemasaran dan factor social budaya

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari apa yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan minat beli konsumen, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak baik dan menyebabkan minat beli konsumen menurun (Eka Marlina, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Dan penelitian Sri

Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat. Pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi perusahaan. Dengan kata lain penetapan harga akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, penerimaan penjualan dan tingkat keuntungan perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2014). Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Dan penelitian Sri Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Eko Purnomo (2016) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli beras lokal (Study Kasus Desa Rambah Utama) dengan hasil penelitian 1. Variabel independen Harga, Kualitas Produk dan Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli

Hubungan Lokasi Terhadap Minat Beli

Lokasi merupakan suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi yang tepat bagi perusahaan sangat mempengaruhi sikap konsumen (minat beli) yang sebelumnya konsumen akan melihat ketepatan pemilihan lokasi oleh perusahaan. Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Dan penelitian Sri Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Eko Purnomo (2016) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli beras lokal (Study Kasus Desa Rambah Utama) dengan hasil penelitian 1. Variabel independen Harga, Kualitas Produk dan Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009) hipotesis yakni adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis maka dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
- H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
- H3: Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Populasi

Populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya. (Sugiyono, 2016). Berdasarkan pengertian populasi diatas, maka populasi yang akan dijadikan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang PTC.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2016). Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016), *purposive sampling* adalah sebagai berikut: "*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu".

Menurut Green (1991), dalam Koentjoro dan Subagio (2013) untuk mengetahui jumlah sampel untuk penelitian regresi, dapat menggunakan rumus $50+8n$, di mana n adalah jumlah variabel yang digunakan di dalam penelitian. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah $50+8(4) = 82$, jadi dalam penelitian jumlah sampel sebanyak 100 responden

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang di perlukan guna mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2017).

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (lovelock, 1988) dalam Tjiptono (2014).

b. Harga (X2)

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa (Kotler & Amstrong, 2016).

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Kasmir, 2016)

d. Minat beli

merupakan faktor yang membuat keinginan oleh konsumen dalam sebuah produk atau jasa, yang dimana peningkatan minat beli berartisecara otomatis mengikuti peningkatan pada kemungkinan konsumen membeli sebuah produk dan jasa (Chinomona et al (2013) dalam Lay (2019).

Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Sehingga dari persamaan rumus regresi linier berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$MB = 0,838 + 0,139 KP + 0,158 H + 0,151 L + e$$

1. Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa : Konstanta (α) sebesar 0,838 mengandung arti nilai konsisten variabel : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi adalah sebesar 0,838.
2. Koefisien regresi KP sebesar 0,139 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai Minat Beli bertambah sebesar 0,139, Koefisien regresi

tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel KP terhadap MB adalah positif.

3. Koefisien regresi H sebesar 0,158 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Harga, maka nilai Minat Beli bertambah sebesar 0,158. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel H terhadap MB adalah positif.
4. Koefisien regresi L sebesar 0,151 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Lokasi, maka nilai Minat Beli bertambah sebesar 0,151. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel L terhadap MB adalah positif.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung dan nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji hipotesis sebelumnya. Nilai t hitung 6,146 lebih besar dibandingkan dengan ttabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli (Y) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan $0,000 < 0,05$. Selain itu koefisien regresi KP sebesar 0,139 menyatakan bahwa setiap nilai Kualitas Pelayanan, maka Minat Beli akan bertambah sebesar 0,139. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel KP terhadap Y adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sri Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Harga

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung dan nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji hipotesis sebelumnya. Nilai t hitung 3,688 lebih besar dibandingkan dengan ttabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti ada pengaruh antara Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan $0,000 < 0,05$. Selain itu koefisien regresi H sebesar 0,158 menyatakan bahwa setiap nilai Harga, maka Minat Beli akan bertambah sebesar 0,158. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel H terhadap Y adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eko Purnomo (2016) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli beras lokal (Study Kasus Desa Rambah Utama) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen minat beli di Desa Rambah Utama. Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sri

Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.

Lokasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung dan nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji hipotesis sebelumnya. Nilai t hitung 3,442 lebih besar dibandingkan dengan t tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti ada pengaruh antara Lokasi (X3) terhadap Minat Beli (Y) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan $0,001 < 0,05$. Selain itu koefisien regresi L sebesar 0,151 menyatakan bahwa setiap nilai Lokasi, maka Minat Beli akan bertambah sebesar 0,151. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel L terhadap Y adalah positif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eko Purnomo (2016) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli beras lokal (Study Kasus Desa Rambah Utama) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen minat beli di Desa Rambah Utama. Lina Sari Situmeang (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan dan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli rumah makan Istana Hot Plate. Sri Rahayu Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen warung makan Bebek Gendut Semarang dengan hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.

Simpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dapat ditarik simpulan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli konsumen pada (X3) terhadap Minat Beli (Y) adalah positif
2. Hasil uji f (simultan) menyatakan bahwa Nilai Fhitung $73,762 > Ftabel 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian keputusan yang diambil H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama mampu memengaruhi variabel terikat secara signifikan.
3. Hasil uji Koefisien determinasi menjelaskan bahwa variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) yaitu sebesar 0,688 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) mampu menjelaskan bahwa Stand Makan Tori-Yo adalah sebagai berikut :
4. Persamaan regresi yang didapat dalam penelitian ini yaitu : $MB = 0,838 + 0,139 KP + 0,151 H + 0,151 L + e$ Nilai Konstanta yang didapatkan adalah 0,838 yang mengandung arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) dianggap konsisten, maka nilai yang didapat variabel Minat Beli (Y) adalah 0,838.
5. Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) mendapatkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,146 > t tabel 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli (Y). Nilai beta koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,139 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Kualitas Pelayanan (X1), maka nilai Minat Beli (Y) bertambah sebesar 0,139. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel

Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli (Y) adalah positif.

6. Hasil uji t untuk variabel Harga (X2) mendapatkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $3,688 > t_{tabel} 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y). Nilai beta koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,158 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Harga (X2), maka nilai Minat Beli (Y) bertambah sebesar 0,158. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y) adalah positif.
7. Hasil uji t untuk variabel Lokasi (X3) mendapatkan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $3,442 > t_{tabel} 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Lokasi (X3) terhadap Minat Beli (Y). Nilai beta koefisien regresi upah insentif (X3) sebesar 0,151 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai Lokasi (X3), maka nilai Minat Beli (Y) bertambah sebesar 0,151. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Lokasi
8. variabel Minat Beli (Y) sebesar 68,8%, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Saran

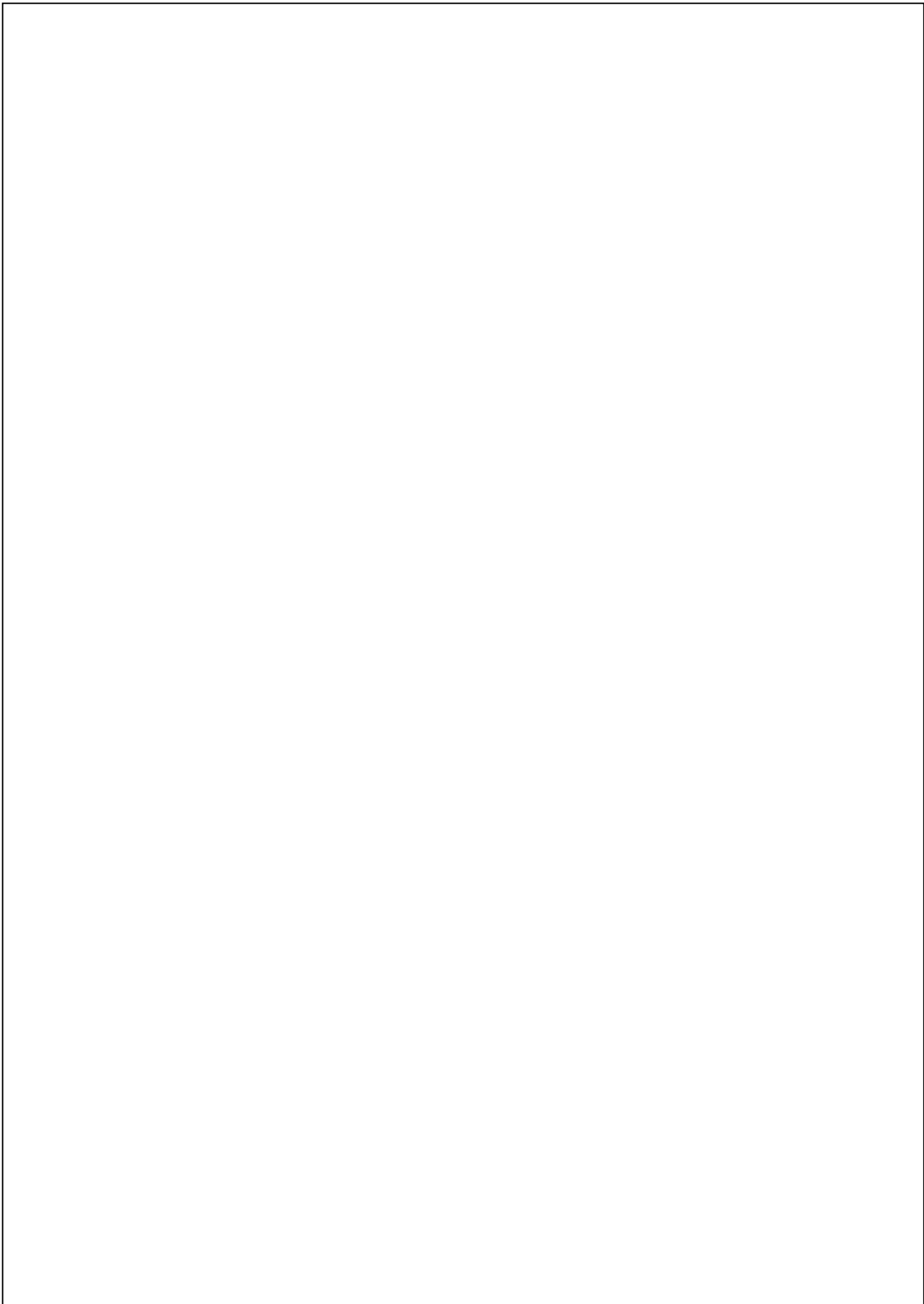
Saran yang diajukan dalam penelitian ini merupakan hasil dari pengamatan dan analisis yang telah dilakukan. Berikut saran dalam penelitian ini:

1. Saran untuk perusahaan Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik minat beli konsumen dengan tetap memperhatikan kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan harga yang ditawarkan..
2. Saran untuk peneliti selanjutnya
Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas pada meningkatkan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli. Padahal faktor atau variabel lain mungkin saja memiliki pengaruh terhadap suatu kinerja seperti variabel promosi, kualitas produk dan masih banyak lagi. Sehingga perlu dipertimbangkan untuk memasukkan variabel-variabel tersebut dalam penelitian yang akan dilakukan..

Daftar Pustaka

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra.Wacana Media, Jakarta
- Berman, Barry & Evans, Joel R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach. (11 Ed.)*. New Jersey: Prentice Hall
- Eko Purnomo (2016) *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian
- Faradiba, and S. R. Tri Astuti, 2019 "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 0, pp. 59-69
- Ghozali, Imam, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit. UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir (2016), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Jakaarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Koentjoro, EM & Subagio, H (2013), 'Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Coffee Bean Galaxy Mall Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.2, HH 1-6

- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lina Sari Situmeang. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istina Hotplate Medan*. (Skripsi). Universitas Negeri Sumatera Utara. Medan
- Michael Adiwijaya (2010), *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Raymond Gunawan Lay 2019 *Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk U-TECH*. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 4, Nomor 4.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA STAND MAKANAN TORI-YO SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

core.ac.uk

Internet Source

16%

Exclude quotes On

Exclude matches < 232 words

Exclude bibliography On