



## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung

**Ninditya Putri Hayuningtyas**

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri

[nindityaputri99@gmail.com](mailto:nindityaputri99@gmail.com)

**Bayu Pramutoko**

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri

[byadsen@gmail.com](mailto:byadsen@gmail.com)

**Nurali Agus N.Z**

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri

[nurali.agusnu@gmail.com](mailto:nurali.agusnu@gmail.com)

**Abstract.** *In the current era of globalization, business competition is becoming very tight, every business actor must always pay attention to the current conditions. Especially for culinary entrepreneurs, they must pay more attention to any influences that can influence purchasing decisions in businesses in the culinary field. It is very important to know the influence on purchasing decisions in every business. By knowing the effect of product quality, service quality, price and location on the decision to purchase food at Warung Pojok Jeli Tulungagung we can predict how the public will respond to the quality of the product that has been provided, the service that has been obtained, the price listed and the current business location so that they can make a plan. and fix it. The sampling technique in this study used the probability sampling method, while the samples taken were consumers who made purchases at Tulungagung Pojok Jeli Warung. The data was obtained by distributing questionnaires, observing and interviewing the owners, employees and consumers of the Tulungagung Pojok Jeli Stall. From the results of the study indicate that the variables of product quality, service quality, price and location have a significant effect on the buyer's decision. It is known from the results of the correlation analysis as follows: the value of  $r = 0.944$  or 94.4%, which means that the magnitude of the correlation is close to 100%*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Price, Location and Purchase Decision*

**Abstrak.** Di era globalisasi saat ini persaingan usaha menjadi sangat ketat, setiap pelaku usaha harus selalu memperhatikan kondisi yang terjadi saat ini. Terutama bagi pengusaha kuliner harus lebih memperhatikan pengaruh apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada usaha dibidang kuliner. Sangat penting mengetahui pengaruh pada keputusan pembelian di setiap usaha. Dengan mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung dapat memperkirakan bagaimana respon masyarakat terhadap kualitas produk yang telah diberikan, pelayanan yang telah didapatkan, harga yang tertera dan lokasi usaha saat ini sehingga dapat membuat perencanaan dan memperbaikinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Probability sampling*, sedangkan sampel yang diambil ialah konsumen yang melakukan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara pada pemilik, karyawan dan konsumen Warung Pojok Jeli Tulungagung. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembeli. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis korelasi sebagai berikut : nilai  $r = 0,944$  atau 94,4% yang berarti besarnya korelasi mendekati 100%.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

## **Pendahuluan**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat. Tidak hanya dalam sektor barang dan jasa, pada sektor konsumsi perusahaan juga harus bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama. Persaingan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner cukup banyak, maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk makanan bagi konsumen. Menurut Kotler and Keller (2016: 156). kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan

pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Perencanaan produk yang dihasilkan harus benar – benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik.

Menurut Assegaf (2009: 55) kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga juga sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Lupiyoadi dan Hamdani (2011: 61) mengatakan bahwa strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Mencapai tingkat keputusan pembelian tertinggi merupakan tujuan utama pemasaran.

Lokasi atau saluran distribusi menjadi tempat atau wadah untuk menyampaikan jasa atau barang kepada konsumen agar terciptanya keputusan pembelian. Faktor lokasi juga sangat berpengaruh terhadap keputusan yang di ambil untuk membeli sebuah produk, lokasi yang strategis atau mudah di jangkau oleh konsumen dan dekat dengan tempat yang relatif ramai merupakan lokasi yang tepat bagi sebuah perusahaan.

Warung Pojok Jeli merupakan salah satu bisnis kuliner yang cukup terkenal di Kecamatan Karangrejo Tulungagung. Bisnis kuliner atau warung makan merupakan salah satu usaha yang juga merasakan dampak ketatnya persaingan saat ini. Persaingan yang semakin ketat ditandai dengan banyaknya warung – warung atau tempat – tempat makan yang bermunculan di daerah Tulungagung. Pelayanan dan harga yang di tawarkan beraneka macam dan mempunyai ciri khas tersendiri pada setiap usaha. Hal tersebut menuntut pihak pelaku usaha agar lebih berinovasi dan menciptakan strategi agar mampu bersaing dan menjadi lebih unggul. Demikian juga dengan Warung Pojok Jeli, juga memiliki sebuah keunggulan dan strategi berbeda dari warung atau tempat makan lain.

Karena alasan tersebut, penting bagi pemilik usaha untuk memahami apa saja dampak atau faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian para pelanggan maupun konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengusulkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung”**.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk meliputi pasar (*market*), uang (*money*), manajemen (*management*), manusia (*man*), motivasi (*motivation*), bahan (*material*), mesin dan mekanisme (*machine and mecanization*), Metode Informasi Modern (*Modern Information Method*), Persyaratan Proses Produksi (*Mounting Product Requirement*).

### **Kualitas Pelayanan**

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016: 156) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Kasmir (2017: 47) “kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan”.

### **Harga**

Menurut Harman (2017: 125) faktor – faktor yang dapat mempengaruhi harga di pasar adalah biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku yaitu biaya yang berkaitan dengan bahan langsung dalam melakukan produksi, biaya tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang terlibat langsung dengan proses produksi contohnya upah, dan overhead pabrik yaitu biaya selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung contohnya penyusutan mesin dan sewa.

### **Lokasi**

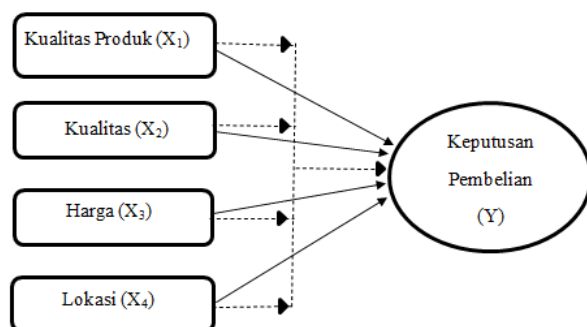
Lokasi merupakan suatu area yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Lokasi juga sangat berperan penting untuk keterlangsungan jual beli antara pembeli dan penjual itu sendiri. Menurut Tjiptono (2015: 345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan memudahkan penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Susanto (2014: 4) keputusan pembelian adalah dimana konsumen melalui tahapan – tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Sedangkan menurut Kotler et al., (2014: 184) keputusan pembelian adalah keputusan akhir rumah tangga atau perorangan yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

## Kerangka Teoritik

**Gambar 2.4**  
**Kerangka Teoritik**



Keterangan :

—> = Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

---> = Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

## Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019: 17) menyatakan bahwa metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan stastitik. Instrumen penelitian ini menggunakan metode berupa kuisioner, analisis data bersifat kuantitatif statistik yang bertujuan menguji hipotesis.

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi. Kemudian variabel terikat adalah Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlokasi di Warung Pojok Jeli Tulungagung yang beralamat di Jl. Denok, Jeli, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Warung Pojok Jeli Tulungagung.

Data yang diambil peneliti dalam menentukan populasi berdasarkan jumlah konsumen yang telah melakukan pembelian pada Warung Pojok Jeli Tulungagung selama 1 (satu) tahun. Adapun pada penelitian ini jumlah sampelnya yaitu 100 responden yang merupakan hasil dari perhitungan rumus Slovin.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1) dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan valid dengan karena nilai sig < 0,05. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid dengan karena nilai sig < 0,05. Hasil Uji Validitas

Variabel Harga (X3) dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk dinyatakan valid dengan karena nilai sig < 0,05. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X4) dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi produk dinyatakan valid dengan karena nilai sig < 0,05. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk dinyatakan valid dengan karena nilai sig < 0,05.

### Hasil Uji Reabilitas

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa semua item variable mempunyai koefisien Cronbach Alpha lebih dari 0,60 yang berarti reliabel.

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dari hasil pengujian dapat dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 0,214 + 0,101 X_1 + 0,307 X_2 + 0,342 X_3 + 0,247 X_4$$

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $2.461 > 1.988$  dengan nilai signifikan 0,016 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk. Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $5.740 > 1.988$  dengan nilai signifikasi 0,000 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $6.782 > 1.988$  dengan nilai signifikasi 0,000 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Pengaruh lokasi (X4) terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $5.636 > 1.988$  dengan nilai signifikasi 0,000 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian.

#### Uji F (Simultan)

Dari perhitungan  $F_{hitung}$  diperoleh hasil 195.527 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $195.527 > 2,47$  sehingga terdapat pengaruh yang simultan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Warung Pojok Jeli Tulungagung.

### Interprestasi Data

#### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung. Dapat dijelaskan dari jawaban responden bahwa rata – rata jawaban responden menunjukkan sangat setuju bahwa kualitas Produk Warung Pojok Jeli Tulungagung berkualitas, memiliki cita rasa unik dan tampilan yang menarik maka akan mendorong konsumen melakukan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung. Dapat dijelaskan dari jawaban responden bahwa rata – rata jawaban responden menunjukkan sangat setuju bahwa kualitas pelayanan yang diberikan baik, memiliki kemampuan dalam melayani konsumen, memiliki kepedulian terhadap konsumen, maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan keputusan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung. Dapat dijelaskan dari jawaban responden bahwa rata – rata menunjukkan sangat setuju bahwa lokasi Warung Pojok Jeli Tulungagung strategis, mudah ditemukan, dekat dengan puskesmas dan kantor desa, serta tersedia lahan parkir maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Warung Pojok Jeli Tulungagung. Jika Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terus ditingkatkan maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Warung Pojok Jeli Tulungagung.

### **Kesimpulan**

1. Terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. Sesuai uji regresi linier berganda dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.
3. Secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa variabel harga merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Saran**

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Warung Pojok Jeli Tulungagung terus meningkatkan inovasi juga dikembangkan atau di perluas lahan parkir agar konsumen merasa nyaman dan merasa aman saat melakukan pembelian.
2. Mempertahankan kualitas produk agar konsumen tetap merasa puas melakukan pembelian makanan.

### **Daftar Pustaka**

- Assauri, S. (2015) Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada.
- Assegaf, M. (2009) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda di Semarang). Semarang: UNSILA.
- Bayu Pramutoko (2014) Manajemen Pemasaran. Kediri. CV. Dimar Intermedia.
- Bayu Pramutoko (2022) Monograf Kunjungan masyarakat ke obyek wisata sumber mata air di Kota Kediri yang dipengaruhi oleh Faktor lokasi, pemberian fasilitas dan Word of Mouth. Kediri. UNISKA PRESS.

- Bayu Pramutoko (2022) Monograf Pembelian Produk Jajanan Yang dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, harga, kemasan, dan kualitas pelayanan Di U.D. Djawa Mandiri Tinalan kota Kediri. Kediri. CV. Dimar Intermedia Kediri.
- Ghozali, I. (2011) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harman, M. (2017) Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir (2017) Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler & Armstrong (2016) Marketing Managemen. 15 th. Pearson Education, Inc.
- Kotler and Keller (2016) Manajemen Pemasaran. 12 jilid 1. PT Indeks.
- Kotler dan Armstrong (2012) Dasar - Dasar Pemasaran (Alexander Sindoro & Benjamin Molan (ed); Jilid 1). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler dan Keller (2014) Manajemen Pemasaran. 13th ed. Erlangga.
- Kotler, P., Kevin, et al. (2014) Prinsip - Prinsip Pemasaran. Tiga Belas. Erlangga.
- Kotler, P. et al. (2016) Manajemen Pemasaran. 12 jilid 1. PT.
- Lupiyoadi, R. and Hamdani, D.A. (2011) Manajemen Pemasaran Jasa. 2nd edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Suptomo (e. Alfabeta.
- Susanto, A. (2014) Manajemen Strategi Komprehensif. Erlangga.
- Tjiptono, F. (2016) Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017) Pemasaran Strategik. Andi Offset.
- Wibowo, S.F. and Karimah, M.P. (2012) 'Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux ( Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)', Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 3(1), pp. 1–15.