

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEDUHAN
JODI SURAKARTA**

JURNAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

NAMA : Jessica Dilent Angelina

NIM : 2021515081

PROGDI: S1 MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS DHARMA AUB SURAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

Nama : Jessica Dilent Angelina
NIM : 2021515081
Jurusan/Progd : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Kopi Seduhan Jodi Surakarta
Nama Pembimbing : Drs. Heriyanta Budi Utama , MM.

Surakarta, 30 Januari 2025

Mengetahui,

Ketua Progd S1 Manajemen



Denny Mahendra, SE, MM
NIDN.0606077904

Pembimbing



Drs. Heriyanta Budi Utama, MM
NIDN.0609096001

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN KOPI SEDUHAN
JODI SURAKARTA**

JESICA DILENT ANGELINA

Email : jesicadilent06@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data secara primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner dimana populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Pengambilan sampel di dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*, dengan salah satu metodenya yaitu metode *accidental sampling* dengan sampel yang berjumlah 100 responden pelanggan Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Teknik analisa yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokolerasi, uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang diajukan terbukti valid dan reliabel. Hasil persamaan regresi linear berganda variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Hasil uji F menunjukkan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,568 yang berarti bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 56,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini. Misalnya promosi, kualitas produk, citra merek, dan lain-lain.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF PRICE, LOCATION, AND SERVICE QUALITY ON
THE PURCHASE DECISION AT KOPI SEDUHAN JODI SURAKARTA**

JESICA DILENT ANGELINA

Email : jesticadilent06@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to empirically determine the Influence of Price, Location, and Service Quality on the Purchase Decision at Kopi Seduhan Jodi Surakarta. This research use the primary data collection method, namely by distributing a questionnaire where the population in this study is the consumers of Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Sampling in this study uses the Non-Probability Sampling technique, with one of the methods, which is the accidental sampling method with a sample of 100 respondents of Kopi Seduhan Jodi Surakarta customers. The analysis techniques use are validity test, reliability test, normality test, heteroskedasticity test, multicollinearity test, autocorrelation test, multiple linear regression test, t test, F test, and determination coefficient test. The results of the validity and reliability test show that all the question items asked are proven to be valid and reliable. The result of the multiple linear regression equation of price, location, and service quality variables have a positive effect on customer purchasing decisions. The t-test results show that price, location, and service quality variables partially have a significant effect on customer purchase decisions. F test results show that price, location, and service quality simultaneously have a significant effect on customer purchasing decisions. The results of the determination coefficient test (R²) show that the Adjusted R Square value is 0.568 which means that the price, location, and quality of service are able to affect the purchase decision by 56.8% and the rest is influenced by other variables outside this study. For example promotion, product quality, brand image, and others.

Keywords : Price, Location, Service Quality, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran. Tujuan utama dari manajemen pemasaran adalah untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan melalui strategi yang efektif dalam memasarkan produk ataupun jasa. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, memperthankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai pelanggan yang unggul (Kotler, P., & Keller, K. L. 2012). Menurut William J. Staton menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi. (Staton, W, J., & Etzel, M, J. 1994). Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis, termasuk di industri *coffee shop*. Dalam konteks ini, pemasaran tidak hanya melibatkan promosi produk, tetapi juga strategi penerapan harga, pemilihan lokasi, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Setiap elemen ini berperan besar dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen dalam membuat suatu Keputusan pembelian. Dimana dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pikiran atas informasi dan pengetahuan yang didapat. Dimana pengaruh variable kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. Kedai kopi, juga dikenal sebagai kafe atau *coffee shop*, merupakan tempat usaha yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman non kopi, dan makanan. Selain minuman dan makanan, kedai kopi juga menyediakan suasana yang nyaman dan santai, dengan berbagai fasilitas dan desain interior yang menunjang. Kedai kopi merupakan tempat yang sangat mudah untuk ditemui hampir di setiap kota di Indonesia, maupun di dunia. *Coffe shop* atau bisa juga disebut kedai kopi seringkali dijadikan tempat berkumpul, berdiskusi bertukar pikiran, juga seringkali digunakan untuk *work from*

coffe maupun hanya tempat untuk menghilangkan penat sehari-hari. Kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat modern. Pertumbuhan kedai kopi di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Surakarta, menunjukkan potensi pasar yang sangat besar. Secara umum Kopi Seduhan Jodi merupakan *coffee shop* yang sama dengan *coffe shop-coffee shop* lainnya dikota Surakarta. Tetapi yang membedakan Kopi Seduhan Jodi dengan *coffee shop* lainnya adalah tempatnya yang berada di pinggir jalan ngarsopuro yang lebih tepatnya di halaman parkir pasar triwindu Surakarta. Dengan menggunakan mobil volkswagen combi yang digunakan untuk bar atau tempat membuat kopi, sehingga para konsumen dapat menyaksikan langsung cara pembuatan kopi yang mereka beli, dan tempat yang nyaman, menikmati kopi disertai dengan suasana jalanan ngarsopuro, dan juga pelayanan yang ramah membuat konsumen dapat nyaman berkumpul, bercerita, berdiskusi, dan bertukar pikiran sembari menikmati kopi.

Pelayanan di kopi seduhan jodi terbilang sangat ramah, penampilan para barista yang terkesan cukup rapi dan profesional, meskipun tidak menggunakan seragam. Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:268), menjelaskan bahwa kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut “kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan” dikategorikan pelayanan yang berkualitas ialah ketika pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat melebihi harapan konsumen, sedangkan pelayanan yang buruk ialah ketika pelayanan yang diberikan jauh dibawah standar atau tidak sesuai dengan harapan konsumen. Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh harga, penetapan harga oleh Perusahaan juga harus diseuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan Perusahaan kepada konsumen yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah dari pesaing lainnya, karena di negara ini harga termasuk masalah yang dianggap sensitif. Menurut Nurdiansyah (2017:3), harga adalah isyarat yang digunakan

pelanggan dalam proses persepsi, dimana harga bisa mempengaruhi penilaian pelanggan tentang suatu produk yang akan dibelinya. Selain faktor kualitas pelayanan dan harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu lokasi. Lokasi usaha merupakan faktor penting sebagai tempat penunjang kegiatan dalam usaha, diharapkan bagi perusahaan yang menjalankan aktivitas perusahaan, maka harus memperhatikan terlebih dahulu dimana menentukan lokasi yang akan beroperasi. Penentuan lokasi sangat penting bagi perusahaan dalam jangka waktu panjang (Assauri 2016). Lokasi di Kopi Seduhan Jodi sangat mudah dijangkau, karena terletak di pusat kota surakarta dan memiliki akses jalan yang baik, juga tersedia tempat parkir yang cukup luas Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki oleh konsumen dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Menurut Bucahri Alma (2019:96), mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, Lokasi, promosi, *physical, evidence, people, process*. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen menggambarkan seberapa jauh atau berhasilnya suatu perusahaan didalam memasarkan produknya kepada konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di latar belakang tersebut, untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi di Surakarta melalui harga, lokasi, dan kualitas layanan maka penulis akan mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN KOPI SEDUHAN JODI SURAKARTA”**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi di Surakarta?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi di Surakarta?

- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi di Surakarta?
- d. Apakah harga, lokasi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta? Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada berbagai pihak, yaitu:
 - a. Bagi Peneliti
Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang sudah diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu untuk diterapkan di dunia kerja
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran tentang kepuasan konsumen melalui harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen kopi seduhan jodi di Surakarta
 - c. Bagi Peneliti Lain
Dari hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan juga referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta mampu memberikan sumbangan informasi dan juga daftar pustaka bagi pihak yang membutuhkan

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian data kuantitatif yaitu data yang diukur dengan skala angka, termasuk didalamnya ada jumlah populasi, jumlah sampel, hasil kuesioner menggunakan skala likert dan hasil pengolahan statistik.

Populasi & Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kopi Seduhan Jodi.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Non-Probability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Lubis 2018:231). Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan

menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara kebetulan. Artinya, siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan ditemui pada saat penelitian maka anggota populasi tersebut dijadikan sebagai sampel. Sampel yang digunakan untuk penelitian yaitu sebanyak 100 responden yang diambil dari penyebaran kuesioner selama 6 hari dari pada pelanggan Kopi Seduhan Jodi Surakarta.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang digunakan berisi pernyataan-pernyataan dengan memberikan nilai dari setiap jawaban dengan menggunakan skala likert. Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3), merupakan variabel independen penelitian. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y) Pada Kopi Seduhan Jodi Surakarta.

Teknik Analisis Data

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data ini dioperasikan melalui program SPSS. Ada beberapa uji dalam analisis data ini, yaitu: Uji Instrumen (Uji validitas dan Uji reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, Uji multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi), Uji t, Uji F dan Uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel hasil uji variabel harga

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Kesimpulan
X _{1_1}	0,583	0,1966	Valid
X _{1_2}	0,460	0,1966	Valid
X _{1_3}	0,603	0,1966	Valid
X _{1_4}	0,470	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel lokasi

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Kesimpulan
X _{2_1}	0,570	0,1966	Valid
X _{2_2}	0,699	0,1966	Valid
X _{2_3}	0,721	0,1966	Valid
X _{2_4}	0,695	0,1966	Valid
X _{2_5}	0,596	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kualitas pelayanan

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Kesimpulan
X _{3_1}	0,597	0,1966	Valid
X _{3_2}	0,578	0,1966	Valid
X _{3_3}	0,698	0,1966	Valid
X _{3_4}	0,594	0,1966	Valid
X _{3_5}	0,675	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kepuasan konsumen

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Kesimpulan
Y_1	0,506	0,1966	Valid
Y_2	0,582	0,1966	Valid
Y_3	0,576	0,1966	Valid
Y_4	0,454	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independent dan variabel dependen (Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen) yaitu valid, karena $r_{item} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.06 maka pernyataan *reliabel*. Dan sebaliknya, penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's* < 0.06

Tabel hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Harga (X_1)	0,735	<i>Cronbach Alpha</i> > 0,60 maka <i>reliabel</i>	<i>Reliabel</i>
Lokasi (X_2)	0,842		<i>Reliabel</i>
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,828		<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	0,744		<i>Reliabel</i>

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan yang digunakan untuk variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang digunakan adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga kuesioner konsisten

atau dapat dipertanggung jawabkan dan layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,940	,872		3,371	,001
Harga	-,063	,059	-,141	-1,074	,285
Lokasi	,045	,046	,134	,984	,327
Kualitas Pelayanan	-,076	,041	-,220	-1,864	,065

a. Dependent Variable: Absres

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,55276374
Most Extreme Differences	Absolute	,046
	Positive	,035
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,463
Asymp. Sig. (2-tailed)		,983

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa Kolmogorov-Smirnov Z 0,463 dan Asymp. Sig (2-tailed) 0,983 > 0,05 hasil ini berarti data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		4,135	1,545		2,676	,009		
Harga		,364	,104	,306	3,502	,001	,569	1,756
Lokasi		,337	,082	,375	4,126	,000	,529	1,891
Kualitas Pelayanan		,207	,073	,224	2,848	,005	,703	1,422

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pengujian faktor analisa dari penelitian pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan di Kopi Seduhan Jodi Surakarta dapat dilihat dari tabel IV.11 di atas, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut terbebas dari multikolinieritas karena nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai Tolerance > 0,10

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)		2,149	1,117		1,925	,057
Harga		-,059	,062	-,106	-,944	,347
Lokasi		-,020	,044	-,053	-,453	,652
Kualitas Pelayanan		,028	,051	,065	,548	,585

a. Dependent Variable: Absres

Dapat dilihat bahwa hasil tersebut memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 seperti nilai signifikansi Harga 0,285, nilai signifikansi Lokasi 0,327, dan nilai signifikansi Kualitas Pelayanan 0,065. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas di dalam model penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,763 ^a	,581	,568	1,577	2,087

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari penghitungan uji autokorelasi menggunakan *Durbin Waston* dengan bantuan program SPSS menunjukkan nilai sebesar 2,087. Nilai ini berada diantara -2 sampai 2, maka data tersebut tidak mengalami autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		4,135	1,545		2,676	,009		
Harga		,364	,104	,306	3,502	,001	,569	1,756
Lokasi		,337	,082	,375	4,126	,000	,529	1,891
Kualitas Pelayanan		,207	,073	,224	2,848	,005	,703	1,422

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dengan demikian diperoleh persamaan regresi linear berganda, yaitu :

$$Y = 4,135 + 0,306 X_1 + 0,375 X_2 + 0,224 X_3$$

Dari persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Nilai Konstanta sebesar 4,135 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan dianggap konstan, maka Keputusan Pembelian positif, pelanggan memutuskan untuk tetap membeli.
- 2) $\beta_1 = 0,306$ artinya Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Sehingga apabila harga ditingkatkan, maka Keputusan Pembelian

meningkat karena Lokasi dan Kualitas Pelayanan dianggap tetap.

- 3) $\beta_2 = 0,375$ artinya Lokasi berpengaruh positif

terhadap Keputusan Pembelian di Kopi

Seduhan Jodi Surakarta. Sehingga apabila

Lokasi ditingkatkan, maka keputusan pembelian

meningkat karena variabel independen lainnya

konstan.

- 4) $\beta_3 = 0,224$ artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Sehingga apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Keputusan Pembelian akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.

b. Uji t

Tabel Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	4,135	1,545		2,676	,009			
Harga	,364	,104	,306	3,502	,001	,569	1,796	
Lokasi	,337	,082	,375	4,126	,000	,529	1,891	
Kualitas Pelayanan	,207	,073	,224	2,848	,005	,763	1,422	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji statistic t pada tabel diatas dapat diimplementasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai Uji t pada variabel Harga sebesar 3,502 dengan nilai signifikansi 0,001. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel Harga <0,05, sehingga H₁ diterima. Dengan demikian, Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 1 diterima.
- 2) Nilai Uji t pada variabel Lokasi sebesar 4,126 dengan nilai signifikansi 0,000. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel Lokasi <0,05, sehingga H₂ diterima. Dengan demikian, Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 diterima.
- 3) Nilai Uji t pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,848 dengan nilai signifikansi 0,005. Artinya bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan <0,05, sehingga H₃ diterima. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 3 diterima.

c. Uji F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331,664	3	110,555	44,463	,000 ^a
	Residual	238,696	96	2,486		
	Total	570,360	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil uji secara simultan diketahui sebesar 44,463 dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, sehingga dapat disimpulkan secara bersama – sama variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Hipotesis yang menyatakan bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,763 ^a	,581	,568	1,577	2,087

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,568 yang berarti bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 56,8% dan sisanya 43,2% deipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini. Misalnya Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek, dan lain – lain.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat dari harga produk yang sesuai dengan kemampuan, harga dan kualitas produk sesuai, dan harga produk yang bersaing. Dimana apabila Harga ditingkatkan maka Keputusan Pembelian akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laili Nur Indahsari dan May Roni (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi BE Kalirejo yang

menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari kemudahan akses, visibilitas yang baik, dan lingkungan sekitar yang mendukung akan menarik lebih banyak pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Yuliana dan Ali Maskur (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat dari pelayanan karyawan yang sesuai dengan harapan dan selera para konsumen. Dimana apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Keputusan Pembelian akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Master Hutagalung dan Handoyo Djoko Waluyo (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Benteng 2 Banyumanik yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat dari harga produk yang sesuai dengan

kemampuan, kemudahan akses menuju lokasi, dan pelayanan karyawan yang sesuai dengan harapan dan selera para pelanggan. Dimana apabila Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Keputusan Pembelian akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laili Nur Indahsari dan May Roni (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi BE Kalirejo yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi

berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian di Kopi BE Kalirejo.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 - a. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
 - b. Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
 - c. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
2. Hasil uji t
 - a. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
 - b. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
 - c. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
3. Uji F menunjukkan bahwa hasil uji secara simultan diketahui sebesar 44,463 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Seduhan Jodi Surakarta.
4. Hasil uji Determinasi menunjukkan hasil (*Adjusted R Square*) sebesar 0,568 yang berarti bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 56,8% dan sisanya 43,2% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini misalnya promosi, kualitas produk, citra merek, dan lain-lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara:
 - a. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.

Contohnya: Meningkatkan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.
 - b. Keterjangkauan harga sesuai dengan kemampuan pelanggan.

Contohnya: Meningkatkan keterjangkauan harga sesuai dengan kemampuan pelanggan.
 - c. Mengutamakan harga yang bersaing.

Contohnya: Meningkatkan harga yang bersaing dengan *Coffee Shop* lain.
2. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara:
 - a. Lokasi yang menyediakan fasilitas parkir yang memadai.

Contohnya; Meningkatkan fasilitas parkir yang luas dan memadai.
 - b. Lokasi yang mudah terlihat dari jalan.

Contohnya: Meningkatkan lokasi kedai yang terlihat dari jalan raya.
 - c. Lokasi yang lalu lintas di sekitarnya tidak terlalu padat.

Contohnya: Meningkatkan lokasi yang lalu lintas sekitarnya tidak terlalu padat meskipun berada di tengah kota.
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Seduhan Jodi Surakarta. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara:
 - a. Pelayanan yang ramah dan selalu sopan.

Contohnya: Meningkatkan pelayanan yang ramah dan selalu sopan kepada pelanggan.

- b. Pelayanan yang selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Contohnya: Meningkatkan pelayanan yang selalu memperhatikan kebutuhan para pelanggan.

- c. Pelayanan yang selalu konsisten.

Contohnya: Meningkatkan pelayanan yang selalu konsisten kepada para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahri, F., Fadli, A., Sihombing, E. H., Septiani, R., & Adab, S. C. (2020). *Relevansi antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Produk dengan Tarif (Biaya Tol) Sebagai Alternatif pendukung untuk kepuasan pengguna jalan tol*. Penerbit Adab.
- Anggraini, H. D., Purnamasari, P., & Hermawati, N. (2023). Pengaruh Audit Investigatif dan Pengalaman Auditor terhadap Pendeteksian Kecurangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 123-128.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Asriani, A., Juwita, J., & Herdhiansyah, D. (2021). Pengembangan Agroindustri Sagu Menjadi Cemilan Sehat "Bagea Sahe" Melalui Identifikasi Preferensi Konsumen di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Agroindustri Halal*, 7(2), 117-125.
- Budiharja, R. G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 133954.
- Evi, M., Dewi, L. O. A., & Amarjupi, D. S. (2022). Pengaruh Strategi Marketing E-Commerce Shopee Dan Media Tiktok Dalam Perspektif Nilai Edukasi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3).
- Finistyawan, Y. K., & Bessie, J. L. (2020). pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan travel di kabupaten

- malaka (Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2), 149-165.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hayat, A. W. M. (2012). Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di Buah Batu Bandung. *Jurnal UNIKOM*, 1(1).
- Idayanti, D. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus Di Swalayan Top Pare Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN KEDIRI).
- Jesslyn, J. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Agung Toyota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Katarina Yesi Candra, C. (2024). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mendominasi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung Katarina Yesi Candra 20612010015* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GENTARAS).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- LISNAYANTI, N. K. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI GURLBUCKET STORE DENPASAR* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Muhammad, Z. (2020). *Analisis Biaya Operasional Atas Konsumsi Bahan Bakar Alat Berat Berdasarkan Volume Muatan (Survei dilakukan di PT. Kereta Api Logistik)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Mukti, R., & Suryana, H. P. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MAMASUKA (Survei Di Toserba Yogya Kepatihan Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan).
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2023). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789-800.
- Nasution, A. A., & Sutejo, B. (2006). *Manajemen pemasaran*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nurlaila, N., & Nainggolan, W. N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan*, 4(1), 33-43.
- Pahlevi, P. (2023). *PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA HALODO THE SLOWBAR BANDUNG* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Pamungkas, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cuci Mobil Dan Motor Pada Hagga Kediri). *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(2), 72-88.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Pratiwi, O. (2020). *Analisis Pengetahuan Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kemauan Untuk Membayar Pajak (Studi Kasus Pada Wpop Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Cimahi 2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67-74.
- RAMADHANTY, V. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Romer, E. (2020). *Pengaruh Harga Transfer dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak* (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Musi Charitas).
- SAPUTRI, L. (2023). *PENGARUH LOKASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA*

RUMAH MAKAN DIDESA
PANGKALAN BULIAN KABUPATEN
MUSI BANYUASIN. *pengaruh lokasi
terhadap keberhasilan usaha rumah
makan*, 1-91.

- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 362-376.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan implikasinya pada minat beli ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190-200.
- Syam, N. J. R., Kurniawan, A. W., Sahabuddin, R., & Natsir, U. D. (2023). PENGARUH KOMPENSASI FINANSIAL DAN NON FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN TERHADAP PT. PLN (Persero) UP3 MAKASSAR UTARA. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1787-1802.
- Wahyuningtias, D., Putranto, T. S., & Kusdiana, R. N. (2014). Uji kesukaan hasil jadi kue brownies menggunakan tepung terigu dan tepung gandum utuh. *Binus Business Review*, 5(1), 57-65.