

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE
AYAM KEBUMEN (STUDI KASUS MIE AYAM
KEBUMEN DUTA KRANJI)**

SKRIPSI

**Oleh:
Hafifah Isrowati
201710325224**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie
Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam
Kebumen Duta Kranji)

Nama Mahasiswa : Hafifah Isrowati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN : 0309048102

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie
Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam
Kebumen Duta Kranji)

Nama Mahasiswa : Hafifah Isrowati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN : 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji)

Nama Mahasiswa : Hafifah Isrowati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENGESAHKAN,


Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Anggota Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN : 0309048102


Anggota Penguji II : Andrian, S.E., M.M
NIDN : 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Prodi Studi
Manajemen


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji)

Nama Mahasiswa : Hafifah Isrowati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENGESAHKAN,


Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Anggota Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN : 0309048102


Anggota Penguji II : Andrian, S.E., M.M
NIDN : 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Prodi Studi
Manajemen


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izi kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

Hafifah Isrowati

201710325224

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izi kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

Hafifah Isrowati

201710325224

ABSTRAK

Hafifah Isrowati. 201710325224. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara variabel lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Ayam Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli atau berkunjung di Mie Ayam Kebumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner melalui google form. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis data yang digunakan dengan software SPSS versi 24. Berdasarkan hasil secara uji parsial pada variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRAK

Hafifah Isrowati. 201710325224. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara variabel lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Ayam Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli atau berkunjung di Mie Ayam Kebumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner melalui google form. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis data yang digunakan dengan software SPSS versi 24. Berdasarkan hasil secara uji parsial pada variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Hafifah Isrowati. 201710325224. *The Effect of Location and Service Quality on Purchase Decisions on Kebumen Chicken Noodles (Case Study of Kebumen Duta Kranji Chicken Noodles).*

The purpose of this study was to determine whether there is a positive and significant effect partially and simultaneously between location variables, and service quality on purchasing decisions on Kebumen Chicken Noodles. This research is a quantitative research. The subjects in this study were all customers who had bought or visited Mie Ayam Kebumen. The number of samples used in this study were 90 respondents. Sampling technique is to use Accidental Sampling. The method of data collection in this study was using a questionnaire via google form. The analysis used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression analysis is a data analysis method used with SPSS version 24 software. Based on the results of a partial test on the location variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, and partially the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, based on the simultaneous test results indicate that the location and quality of service together or simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: location, service quality, purchasing decisions.

ABSTRACT

Hafifah Isrowati. 201710325224. *The Effect of Location and Service Quality on Purchase Decisions on Kebumen Chicken Noodles (Case Study of Kebumen Duta Kranji Chicken Noodles).*

The purpose of this study was to determine whether there is a positive and significant effect partially and simultaneously between location variables, and service quality on purchasing decisions on Kebumen Chicken Noodles. This research is a quantitative research. The subjects in this study were all customers who had bought or visited Mie Ayam Kebumen. The number of samples used in this study were 90 respondents. Sampling technique is to use Accidental Sampling. The method of data collection in this study was using a questionnaire via google form. The analysis used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression analysis is a data analysis method used with SPSS version 24 software. Based on the results of a partial test on the location variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, and partially the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, based on the simultaneous test results indicate that the location and quality of service together or simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: location, service quality, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada Kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dari awal masuk sampai akhir skripsi ini.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA, CRA. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, kakak yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan skripsi Erin Mefiana, Lika Lusi, Fitri Hasan, yang saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini Syaeful Prayoga, Ahmad Ferdiansah dan Defa Ardianto sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman selama kuliah Marshella Meleniawati, Nola Delian, Reza Daniel, Irvan Rizky, Rival Aria Putra. Serta seluruh teman-teman Manajemen A8 yang selalu membantu dan memberikan dukungan penulis selama kuliah
10. Seluruh responden yang telah meluang waktunya untuk penulis serta atas kerjasamanya.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 14 Juli 2021

Hafifah Isrowati



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada Kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dari awal masuk sampai akhir skripsi ini.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA, CRA. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, kakak yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan skripsi Erin Mefiana, Lika Lusi, Fitri Hasan, yang saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini Syaeful Prayoga, Ahmad Ferdiansah dan Defa Ardianto sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman selama kuliah Marshella Meleniawati, Nola Delian, Reza Daniel, Irvan Rizky, Rival Aria Putra. Serta seluruh teman-teman Manajemen A8 yang selalu membantu dan memberikan dukungan penulis selama kuliah
10. Seluruh responden yang telah meluang waktunya untuk penulis serta atas kerjasamanya.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 14 Juli 2021

Hafifah Isrowati



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Bauran Pemasaran	8
2.2 Lokasi	9
2.2.1 Strategi lokasi.....	10
2.2.2 Faktor-faktor pemilihan lokasi usaha.....	10
2.2.3 Indikator lokasi	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	11
2.3.1 Indikator kualitas pelayanan	12
2.4 Keputusan Pembelian	13
2.4.1 Indikator keputusan pembelian	13
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Kerangka Pemikiran	17

2.7 Hipotesis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Tahapan Penelitian.....	19
3.2.1 Tahapan perencanaan	20
3.2.2 Tahapan pelaksanaan	20
3.2.3 Tahapan penulisan	20
3.3 Model Konseptual.....	21
3.4 Operasional Variabel	21
3.5 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	23
3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....	23
3.6.1 Populasi.....	23
3.6.2 Sampel.....	24
3.6.3 Teknik pengambilan sampel	24
3.6.4 Teknik penentuan jumlah sampel	24
3.6.5 Jenis dan sumber data	25
3.6.6 Teknik pengumpulan data.....	25
3.7 Metode Analisis Data	26
3.7.1 Statistik deskriptif	26
3.7.2 Uji instrumen penelitian.....	27
3.7.3 Uji asumsi klasik.....	28
3.7.4 Regresi linear berganda.....	29
3.7.5 Uji hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Sejarah Perusahaan	31
4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Penyebaran dan pengumpulan kuesioner.....	31
4.2.2 Identitas responden	32
4.3 Hasil Analisis Data	36
4.3.1 Statistik deskriptif	36
4.4 Hasil Uji Instrument	36

4.4.1 Uji validitas	36
4.4.2 Uji reliabilitas.....	39
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	39
4.5.1 Uji normalitas.....	39
4.5.2 Uji multikolinearitas	40
4.5.3 Uji heteroskedastisitas	41
4.5.4 Regresi linear berganda.....	42
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	44
4.6.1 Uji T (Parsial)	44
4.6.2 Uji F (Simultan)	45
4.6.3 Uji koefisien determinasi (R^2)	46
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.7.1 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian	47
4.7.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	47
4.7.3 Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Bauran Pemasaran	8
2.2 Lokasi	9
2.2.1 Strategi lokasi.....	10
2.2.2 Faktor-faktor pemilihan lokasi usaha.....	10
2.2.3 Indikator lokasi	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	11
2.3.1 Indikator kualitas pelayanan	12
2.4 Keputusan Pembelian	13
2.4.1 Indikator keputusan pembelian	13
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Kerangka Pemikiran	17

2.7 Hipotesis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Tahapan Penelitian.....	19
3.2.1 Tahapan perencanaan	20
3.2.2 Tahapan pelaksanaan	20
3.2.3 Tahapan penulisan	20
3.3 Model Konseptual.....	21
3.4 Operasional Variabel	21
3.5 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	23
3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....	23
3.6.1 Populasi.....	23
3.6.2 Sampel.....	24
3.6.3 Teknik pengambilan sampel	24
3.6.4 Teknik penentuan jumlah sampel	24
3.6.5 Jenis dan sumber data	25
3.6.6 Teknik pengumpulan data.....	25
3.7 Metode Analisis Data	26
3.7.1 Statistik deskriptif	26
3.7.2 Uji instrumen penelitian.....	27
3.7.3 Uji asumsi klasik.....	28
3.7.4 Regresi linear berganda.....	29
3.7.5 Uji hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Sejarah Perusahaan	31
4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Penyebaran dan pengumpulan kuesioner.....	31
4.2.2 Identitas responden	32
4.3 Hasil Analisis Data	36
4.3.1 Statistik deskriptif	36
4.4 Hasil Uji Instrument	36

4.4.1 Uji validitas	36
4.4.2 Uji reliabilitas.....	39
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	39
4.5.1 Uji normalitas.....	39
4.5.2 Uji multikolinearitas	40
4.5.3 Uji heteroskedastisitas	41
4.5.4 Regresi linear berganda.....	42
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	44
4.6.1 Uji T (Parsial)	44
4.6.2 Uji F (Simultan)	45
4.6.3 Uji koefisien determinasi (R^2)	46
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.7.1 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian	47
4.7.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	47
4.7.3 Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Mie Ayam Kebuman Pada Tahun 2018-2020	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Opersional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Jadwal Waktu Penelitian	23
Table 3.3 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia	33
Table 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	36
Tabel 4.5 Uji Validitas Lokasi	37
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	39
Table 4.9 Uji Normalitas	40
Table 4.10 Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.11 Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.12 Uji T (Parsial).....	44
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	46
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Mie Ayam Kebuman Pada Tahun 2018-2020	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Opersional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Jadwal Waktu Penelitian	23
Table 3.3 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia	33
Table 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	36
Tabel 4.5 Uji Validitas Lokasi	37
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	39
Table 4.9 Uji Normalitas	40
Table 4.10 Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.11 Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.12 Uji T (Parsial).....	44
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	46
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.1 Model Konseptual	21
Gambar 3.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 3.2 Diagram Resoonden Berdasarkan Tingkat Usia.....	34
Gambar 3.3 Diagram Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	42



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.1 Model Konseptual	21
Gambar 3.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 3.2 Diagram Resoonden Berdasarkan Tingkat Usia.....	34
Gambar 3.3 Diagram Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	42



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Uji Plagiarisme	58
Lampiran 2 Uji Referensi.....	66
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 4 Data Responden.....	75
Lampiran 5 Output SPSS	82
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.....	89
Lampiran 7 Biodata.....	92



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Uji Plagiarisme	58
Lampiran 2 Uji Referensi	66
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 4 Data Responden	75
Lampiran 5 Output SPSS	82
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi	89
Lampiran 7 Biodata	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi ini semakin tinggi tingkat persaingan yang tidak dapat di pungkiri dalam bidang usaha dengan kondisi ketidakpastian yang memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Sehingga pengusaha harus bergerak cepat untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan konsep pemasaran yang modern untuk memenuhi target penjualan dan setiap perusahaan harus berusaha untuk berinovasi dalam produk dan layanan untuk bertahan dalam persaingan.

Masing-masing pengusaha diharuskan untuk lebih inovatif, dan diharapkan dapat mempromosikan kepada konsumen tujuannya agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Semakin berkembangnya di bidang usaha yang memiliki persaingan yaitu usaha kuliner saat ini sedang menjadi perbincangan di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan pangan paling utama pada manusia. Adanya perilaku masyarakat yang gemar wisata kuliner dari satu tempat ke tempat lainnya pada makanan yang aneka jajanan kuliner dengan beraneka ragam. Pada bidang usaha khususnya wisata kuliner yang semakin banyak bermunculan sehingga adanya persaingan semakin tinggi di wisata kuliner, maka para pengusaha harus melakukan perencanaan inovasi, strategi pemasaran, dan sasaran yang di targetkan untuk menghadapi persaingan saat ini.

Namun di Indonesia terdapat kota-kota dengan memiliki daya tarik tersendiri masih banyak yang belum diketahui dalam wisata kuliner yang ditempatkan di kawasan dengan keunikan dalam menawarkan berbagai menu khas pada suatu tempat dimana kuliner tersebut berasal (Saeroji & Wijaya, 2017).

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi di berbagai bidang usaha termasuk wisata kuliner yang menjadi trend. Pengusaha memanfaatkan

kesempatan ini untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan sehingga membuat persaingan semakin ketat dan memberi lebih banyak pilihan untuk konsumen dalam memilih produk yang dapat memuaskan sehingga konsumen akan lebih efektif dalam membuat sebuah keputusan pembelian.

Pengambilan keputusan pada dasarnya seseorang untuk memecahkan masalah dalam memilih pilihan dari sejumlah pilihan lainnya, sehingga konsumen mempertimbangkan saat membeli suatu produk yang diutamakan dalam kebutuhan. Sebuah pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Pemasar harus memberi produk kepada konsumen dan mampu merespon faktor yang menjadi dasar pengambilan keputusan konsumen pada saat melakukan pembelian untuk mengacu keputusan pembelian terhadap pelanggan yang mencerminkan keputusan tersebut (Kotler et al., 2005).

Setiap aktivitas bisnis berorientasi pada keuntungan, sehingga diharapkan dapat terciptanya perencanaan untuk strategi dalam penjualan produk. Saat calon pelanggan datang, maka penjualan produk akan terjadi apabila konsumen membuat keputusan pembelian terhadap produk tersebut (Kotler, 2009).

Mengenai faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pemilihan lokasi. Adapun strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pengusaha harus memilih lokasi yang strategis saat menjalankan bisnis dalam melakukan bisnis di daerah atau wilayah padat penduduk dan aktivitas komunitas (Raharjani, 2005).

Semakin padatnya aktivitas pada seseorang terkadang tidak memiliki cukup waktu untuk menyiapkan makanan karena disibukan oleh berbagai macam rutinitas yang padat. Masyarakat yang memiliki kesibukkan atau rutinitas yang pesat biasanya tidak memiliki cukup waktu untuk menyiapkan makanan dan lebih memilih untuk membeli makanan cepat saji, entah itu di warung makan

ataupun pemesanan melalui aplikasi pesan antar. Konsumen dapat memilih makanan siap saji, karena dinilai lebih praktis dan murah.

Mie Ayam Kebumen adalah salah satu makanan yang memiliki cita rasa yang khas dan menjadi salah satu warung makan yang mementingkan kenyamanan para konsumennya, banyak dari warga sekitar yang menjadi pelanggan warung Mie Ayam Kebumen. Warung ini bertempat di Duta Kranji Bekasi Barat.

Untuk pencapaian hasil usahanya, perencanaan sangatlah penting bagi setiap pengusaha untuk memajukan usahanya dan mencapai target yang diinginkan. Tidak hanya perencanaan yang menjadi faktor agar tercapainya target, inovasi juga menjadi salah satu cara dalam setiap usaha. Berdasarkan hasil observasi di Kota Bekasi Barat, masih ada beberapa usaha warung makan yang kurang berkembang dikarenakan penempatan lokasi yang tidak banyak diketahui masyarakat dan kurangnya perencanaan inovasi yang diterapkan pada usaha tersebut dalam persaingan

Sebuah pengusaha harus meyakinkan konsumen untuk mengunjungi ke tempat makan untuk memenuhi kebutuhan keinginannya, maka dengan menentukan lokasi yang tepat merupakan keputusan yang sangat penting. Tujuan dari menentukan lokasi usaha yang benar adalah agar pengusaha dapat beroperasi dengan lebih efisien dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengusaha kuliner yang terletak di lokasi strategis, dapat di jangkau dan berada di tengah keramaian akan lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Selain letak lokasi yang strategis, lingkungan yang aman dan tempat duduk yang nyaman serta lokasi yang didukung fasilitas lainnya menjadi salah satu alasan yang kuat dalam konsumen untuk memilih tempat makan ini. Strategi lokasi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum berkunjung, konsumen pasti akan mempertimbangkan lokasi dari tempat tersebut. Tujuan menentukan lokasi usaha yang tepat agar pengusaha dapat beroperasi lebih efisien dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Bagi pengusaha di bidang bisnis, kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang penting untuk pelayanan yang berkualitas akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen, sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan dengan tingkat keunggulan yang diharapkan dan memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian pengusaha dapat meningkatkan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan berdampak baik berdasarkan kepuasan pelanggan dan kemungkinan besar mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk membeli kembali. Pelanggan yang puas lebih cenderung memberikan referensi yang baik untuk pelanggan lainnya.

Tabel 1.1 Data Penjualan Mie Ayam Kebumen Pada Tahun 2018-2020

Bulan	2018	2019	2020
Januari	Rp 6.889.000	Rp 6.879.657	Rp 6.250.500
Februari	Rp 6.888.500	Rp 6.800.340	Rp 5.850.000
Maret	Rp 6.900.740	Rp 6.765.250	Rp 4.736.670
April	Rp 6.887.475	Rp 6.750.100	Rp 4.640.000
Mei	Rp 6.885.300	Rp 6.500.150	Rp 4.580.340
Juni	Rp 6.886.500	Rp 6.450.350	Rp 4.405.450
Juli	Rp 6.798.350	Rp 6.345.000	Rp 4.350.235
Agustus	Rp 6.790.000	Rp 6.150.340	Rp 4.220.430
September	Rp 6.785.776	Rp 6.050.000	Rp 4.165.300
Oktober	Rp 6.780.000	Rp 6.200.550	Rp 4.366.549
November	Rp 6.800.650	Rp 6.450.260	Rp 4.260.450
Desember	Rp 6.778.783	Rp 6.356.200	Rp 4.460.654
Jumlah	Rp 82.071.074	Rp 77.698.197	Rp 63.651.578

Sumber: Data Sekunder 2018-2020

Dilihat pada tabel data penjualan diatas diketahui bahwa mengalami penurunan pada penjualan Mie Ayam Kebumen. Bagi pengusaha Mie Ayam Kebumen, hal ini tentunya bukan hal yang baik. Oleh karena itu, pengusaha harus

mampu memikat para konsumen untuk mengulangi pembelian dengan menganalisis faktor-faktor mana yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan memperoleh tingkat kepercayaan konsumen tertentu dalam kualitas dan memikat penjualan.

Berdasarkan latar belakang dan hasil dari penelitian dengan permasalahan yang telah terjadi pada penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menstabilkan pendapatan penjualan, maka dari itu penulis membuat penelitian tentang **“PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE AYAM KEBUMEN”** (Studi Kasus Mie Ayam Kebumen Duta Kranji).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dituliskan diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen?
3. Apakah Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Ayam Kebumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Penulis
Mendapatkan pengetahuan dan bermanfaat bagi penulis karena dapat menambah pengetahuan penulis.
2. Bagi Pembaca
Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk menjadikan referensi dan mendapatkan ilmu pengetahuan dalam karya ilmiah terutama pada bidang Pemasaran.
3. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan atau koreksi agar permasalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu hanya membahas Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Kebumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan sebuah urutan dalam menyelesaikan dan mempermudah dalam penyusunan penelitian. Hal ini penting untuk diperhatikan agar yang dihasilkan bisa tersusun secara rapih. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka sebagai dasar untuk menganalisis beberapa masalah dari hasil penelitian pada umumnya tentang Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian ini penulis mengemukakan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab membahas tentang profil perusahaan Mie Ayam Kebumen, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUPAN

Pada bab penutupan membahas tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN