



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, SERTA LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH TEMPAT MAKAN XYZ DI KOTA
PALEMBANG**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND LOCATION ON CONSUMER
DECISIONS IN CHOOSING XYZ PLACES TO EAT IN PALEMBANG CITY***

Tuwandi Juniarto^{*,1}, Nadia Eka Damayanti²

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang,

²Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang,

^{*}Penulis Korespondensi

Email: tuwandijuniarto79@gmail.com¹, nadiaekadamayanti11@gmail.com²

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran XYZ di kota Palembang. Analisis regresi linier berganda ditetapkan untuk mengevaluasi hubungan antar variable independen dan variable dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menekankan pentingnya kombinasi dari ketiga elemen tersebut dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Studi ini memberikan wawasan strategis bagi para pelaku bisnis untuk meningkatkan daya saing dengan cara mengoptimalkan kualitas layanan menetapkan harga yang kompetitif, dan memilih lokasi yang strategis.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, keputusan konsumen.

Abstract. This study aims to analyze the impact of service quality, price and location on consumer purchasing decisions at XYZ restaurant in Palembang city. Multiple linear regression analysis is set to evaluate the relationship between independent variables and dependent variables. The results of the study indicate that service quality, price and location have a significant influence on consumer purchasing decisions. This finding emphasizes the importance of the combination of the three elements in creating a satisfying customer experience and influencing purchasing decisions. This study provides strategic insights for business actors to increase competitiveness by optimizing service quality, setting competitive prices, and choosing strategic locations.

Keywords: service quality, price, location, consumer decision

1. Pendahuluan

Seiring dengan makin berkembangnya industri makanan dan minuman di Indonesia, kebutuhan akan tempat-tempat yang tidak hanya menyajikan makanan namun juga menawarkan pengalaman menyenangkan semakin meningkat. Di Kota Palembang terdapat banyak restoran

dengan berbagai ukuran dan persaingan yang ketat. Dalam situasi seperti ini, perusahaan sangat menekankan pada kualitas. restoran XYZ menjadi salah satu pelaku usaha yang perlu menarik perhatian konsumen melalui kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, dan lokasi yang strategis.

Dalam memulai bisnis, memahami perilaku konsumen merupakan elemen kunci dalam mengembangkan strategi yang efektif. Aspek penting dari perilaku konsumen adalah proses keputusan pembelian. Proses ini melibatkan konsumen mempertimbangkan berbagai pilihan dan akhirnya memutuskan produk atau layanan tertentu. Tahapan atau proses dimana pembeli akan benar – benar mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa merupakan keputusan pembelian [1], karena keputusan ini menunjukkan cara konsumen menilai dan memilih barang atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor kunci bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan [2]. Evaluasi terhadap kualitas pelayanan sering kali lebih kompleks di bandingkan dengan evaluasi terhadap kualitas produk. Konsumen cenderung menilai kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan hasil akhir akan tetapi juga memperimbangkan proses pemberian layanan tersebut. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan mampu memenuhi haaaarapan konsumen, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada kepuasan terhadap produk. Kualitas pelayanan juga dapat diukur dari kompetensi tenaga penjual, karena mereka merupakan ujung tombak kesuksesan perusahaan berinteraksi langsung dengan konsumen [3].

Harga adalah sesuatu yang di berikan sebagai imbalan untuk memperoleh barang atau jasa. Harga menjadi salah satu faktor penentu ketika pembeli akan menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Apalagi produk atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, pembeli akan sangat memperhatikan harganya [4]. Namun demikian, harga yang terlalu rendah dan tidak didukung dengan kualitas yang baik dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap suatu merek.

Selain kualitas pelayanan dan harga, lokasi merupakan factor penting yang dapat mempengaruhi biaya dan pendapatan. Lokasi seringkali memiliki peranan penting dalam menentukan strategi bisnis perusahaan. Lokasi usaha yang strategis sangat mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung dan berbelanja [5]. Kombinasi dari tiga faktor kualitas pelayanan, harga, dan lokasi sangat berperan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menitik beratkan pada pengaruh factor harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap pembelian produk XYZ di kota Palembang. Dalam pasar yang kompetitif, Keberhasilan

suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya [6]. Produk XYZ memiliki harga yang kompetitif, kualitas terjamin dan berlokasi strategis di Jl. ditemukan. Mayjen TNI HM Ryacudu No. 7, 7 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Palembang. Namun, sejauh mana masing-masing faktor ini memengaruhi keputusan pembelian konsumen masih belum jelas. Adapun pertanyaan utama yang perlu di pertimbangkan adalah sejauhmana harga mempengaruhi keputusan pembelian, apakah kualitas produk yang di tawarkan sesuai dengan harapan konsumen dan apakah lokasi yang strategis mempengaruhi aksesibilitas serta keputusan pembelian konsumen.. Pertanyaannya adalah, apa dampaknya terhadap perekonomian? Selain itu, penting untuk mengetahui apakah kombinasi ketiga faktor tersebut memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk XYZ di kota Palembang. Secara khusus, studi ini mengevaluasi dampak harga terhadap keputusan pembelian, memperkirakan sejauh mana kualitas produk memengaruhi preferensi konsumen, dan meneliti dampak lokasi strategis terhadap aksesibilitas konsumen. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengukur dampak terhadap kemudahan penggunaan. Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak simultan ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menjadi referensi ilmiah untuk penelitian tentang perilaku konsumen di pasar regional.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di XYZ yang terletak di kota Palembang yang beralamatkan jalan Mayjen TNI HM Ryacudu No. 7,7 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Palembang. Metode yang diterapkan dalam studi ini melibatkan pengumpulan informasi melalui survei, pengamatan, dan wawancara, dan juga mencakup pengumpulan informasi sekunder dan primer untuk mendukung analisis. dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu Uji Normalitas merupakan sebuah metode pengujian yang bertujuan untuk menilai distribusi data dalam suatu kelompok data atau variabel apakah distribusi tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak [7].

Uji validitas bertujuan untuk memastikan ketepatan butir-butir soal dalam instrument penelitian serta mengevaluasi kejelasan kerangka penelitian. Instrumen yang akan di gunakan dalam penelitian harus dinyatakan valid dan reliabel. Suatu indikator dalam instrumen penelitian di anggap valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r [8].

Serta analisis regresi linier berganda di gunakan untuk mengevaluasi dampak simultan dari berbagai variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Regresi linier

berganda merupakan model regresi linier yang melibatkan lebih dari satu variable bebas atau *predictor*. Dalam bahasa inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression* [9]. Tujuan dari analisis regresi *linear* berganda adalah untuk menentukan signifikansi pengaruh variable predictor terhadap variable dependen, sehingga menghasilkan prediksi yang akurat. [10].. Uji Statistik T adalah uji parsial yang di gunakan untuk menilai hubungan antara setiap variable independen dengan variabel dependen [11].

- | | | |
|----|---------------------|-----|
| 1. | Sangat Setuju | = 5 |
| 2. | Setuju | = 4 |
| 3. | Netral | = 3 |
| 4. | Tidak Setuju | = 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | = 1 |

Untuk menghindari perbedaan perspektif terhadap variabel penelitian, maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebaiknya diidentifikasi terlebih dahulu. Variabel yang diidentifikasi adalah:

- a. Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Harga Produk (X2)
- c. Lokasi Penjualan(X3)

Variabel independen merupakan variabel yang berperan dalam mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable ndependen. Pemilihan dan pengumpulan sampel sangat penting dalam penelitian. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar/signifikan faktor kualitas pelayanan, harga, dan Lokasi penjualan untuk dapat mempengaruhi Keputusan pembeli terhadap pemilihan tempat makan XYZ.

Pengujian validitas dapat digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner *valid* atau tidak. Jika r angka $>$ r tabel maka item survei dinyatakan *valid*.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan			
	indikator 1	6.86	0.200	Valid
	indikator 2	6.82	0.200	Valid
	indikator 3	6.66	0.200	Valid
	indikator 4	6.35	0.200	Valid
	indikator 5	5.98	0.200	Valid
	indikator 6	5.93	0.200	Valid
	indikator 7	5.14	0.200	Valid

2.	Harga produk			
	indikator 1	5.74	0.200	Valid
	indikator 2	3.29	0.200	Valid
	indikator 3	7.56	0.200	Valid
	indikator 4	7.63	0.200	Valid
3	Lokasi Penjualan			
	indikator 1	5.80	0.200	Valid
	indikator 2	5.99	0.200	Valid
	indikator 3	5.11	0.200	Valid
	indikator 4	5.42	0.200	Valid
4	Keputusan Pembelian Konsumen			
	indikator 1	5.14	0.200	Valid
	indikator 2	3.29	0.200	Valid
	indikator 3	7.56	0.200	Valid
	indikator 4	1	0.200	Valid

Item kuesioner dinyatakan reliabel apabila alpha Cronbach lebih besar dari 0,70. Kemudian, semua variabel pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Alpha cronbach	Keterangan
1.	Desain Produk	8.19	Reliabel
2.	Harga Produk	6.91	Reliabel
3.	Promosi Penjualan	8.10	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian	6.38	Reliabel

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan residual regresi. Uji normalitas juga diperkuat dengan penerapan uji *Kolmogorov-smirnov* yang hasilnya ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Keputusan Pembelian Konsumen	Kualitas Pelayanan	Harga Produk	Lokasi Toko
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	70,92	21,42	12,31	12,44
	Std. Deviation	9,156	3,497	2,187	2,171
Most Extreme Differences	Absolute	,133	,126	,186	,200
	Positive	,133	,126	,186	,200
	Negative	-,069	-,063	-,115	-,101
Test Statistic		,133	,126	,186	,200
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.001 ^c	.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis regresi berganda merupakan metode yang di gunakan untuk mengevaluasi model yang melibatkan beberapa variable independen guna menentukan dampaknya terhadap variable dependen. Dalam analisis ini, focus diberikan pada variable bebas yang mempengaruhi variable terikat

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,122	2,182		7,389	,000
Kualitas Pelayanan	1,565	,145	,598	10,768	,000
Harga Produk	1,025	,423	,245	2,419	,017
Lokasi Toko	,697	,380	,165	1,832	,070

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Uji Statistik T ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model	T	Sig
Contants	7,389	,000
Kualitas Pelayanan	10,768	,000
Harga Produk	2,419	,017
Lokasi	1,832	,070

Hasil uji 1 mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian mencapai nilai t sebesar 7,389 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis bahwa desain produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Tempat Makan XYZ diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap variable kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan [3].

Hasil uji 2 mengenai pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai $t = 10,768$ dengan taraf signifikansi $< 0,001$. $0,05$. Artinya hipotesis T menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Tempat Makan XYZ. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian fried chicken sebesar 66,5% [4].

Hasil uji 3 mengenai pengaruh Lokasi Penjualan terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai $t = 1,832$ pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya hipotesis T menyatakan bahwa lokasi penjualan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk PadaTempat Makan XYZ. Lokasi usaha yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional Landungsari seperti lokasi usaha yang strategis, dan mudah dicapai oleh pembeli [5].

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana suatu model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi ditentukan oleh nilai R-kuadrat yang disesuaikan.

Tabel 6 *Adjusted R Square model summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,935 ^a	0,874	0,870	3,300
a. Predictors: (Constant), Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan, Harga Produk				

Hasil perhitungan regresi diperoleh koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang menunjukkan koefisien korelasi determinasi sebesar 0,874 yang berarti bahwa sebesar 0,874 atau 87,4% keputusan konsumen memilih tempat makan XYZ dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga produk dan lokasi. Ini menunjukkan bahwa mungkin 12,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen memilih restoran XYZ di kota Palembang dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan hasil pengujian pertama menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dan keputusan pembelian. Dengan demikian semakin baik kualitas layanan yang diberikan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Hasil pengujian kedua mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga produk dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa ketika harga produk sesuai, keputusan pembelian akan mengalami. Hasil pengujian ketiga menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi restoran terhadap keputusan pembelian. Artinya jika sebuah restoran berlokasi strategis dan mudah di akses maka keputusan pembelian pun akan meningkat.

Referensi

- [1] I. R. Ariella, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MAZELNID," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vols. Volume 3, Nomor 2, p. 217, 2018.

- [2] N. Djafar, I. Yantu, S. Sudirman, R. Hinelo and R. Hasiru, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo.," *JOURNAL of ECONOMIC and BUSINESS EDUCATION*, Vols. 76-82, pp. Volume (1), Issue (2) , 2023.
- [3] M. V. Permana, "PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN," *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 4 (2), p. 117, 2013.
- [4] D. F. Elmiliyasi , "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil*, vol. Vol. 1 No. 2, p. 71, 2019.
- [5] B. Prihatminingtyas, "PENGARUH MODAL, LAMA USAHA, JAM KERJA DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR LANDUNGSARI," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, Vols. Vol. 7, No.2, p. 149, 2019.
- [6] W. imon, A. Tumbel and Y. Mandagie, "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN PADA STRATEGI PEMASARAN TOKO SEPATU PAYLESS CABANG MEGAMALL," *Jurnal EMBA*, vol. Vol.6 No.3, p. 1309, 2018.
- [7] D. Fahmeyzan, S. Soraya and D. Etmy, "UJI NORMALITAS DATA OMZET BULANAN PELAKU EKONOMI MIKRO DESA SENGGIGI DENGAN MENGGUNAKAN SKEWNESS DAN KURTOSIS," *Jurnal Varian*, vol. VOL.2NO.1, p. 32, 2018.
- [8] Y. Utami, P. M. Rasmanna and K. , "Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen," (*Jurnal Sains dan Teknologi*, p. 21, 2023.
- [9] N. Sudariana and Y. , "ANALISIS STATISTIK REGRESI LINIER BERGANDA," p. 2, 2021.
- [10] B. A. Wisudaningsi, I. Arofah and K. A. Belang, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA," *Jurnal Statistika dan Matematika*, Vols. , Vol. 1, No. 1, p. 109, 2019.
- [11] S. B. Haryanto and E. T. Widyarti, "ANALISIS PENGARUH NIM, NPL, BOPO, BIRATEDAN CARTERHADAP PENYALURAN KREDIT BANK UMUMGO PUBLICPERIODE TAHUN 2012-2016," *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vols. Volume6, Nomor4, p. 7, 2017.
- [12] S. A. N. I. L. M. I. H. S. S. Perdana Putera, "Development and Evaluation of Solar-Powered Instrument for Hydroponic System in Limapuluh Kota, Indonesia.," *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, pp. 284-288, 2015.
- [13] M. Asmaira , M. Yarham and R. Siregar, "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia," *Page 593of614Pengelola:Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global MandiriPublished by:Penerbit dan PJurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBM*, 2023.
- [14] T. S. Nova and N. L. P. Hariastuti, "Analisa Risiko Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan Metode HAZOPS dan Pendekatan Ergonomi (RULA dan REBA) di UD. Sekar Surabaya," *Jurnal SENOPATI*, pp. 67-69, 2022.
- [15] N. K. Ihza, "DAMPAK COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto)," *jurnal inovasi penelitian*, p. 1326, 2020.