

student3 turnitin

SKRIPSI REFI!8

 Draft SENAFTI

Document Details

Submission ID

trn:oid:::3618:152692096

Submission Date

Sep 23, 2026, 6:02 PM GMT+7

Download Date

Sep 23, 2026, 6:05 PM GMT+7

File Name

SKRIPSI REFI!8.docx

File Size

549.4 KB

80 Pages

13,258 Words

86,341 Characters

47% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography

Top Sources

- 38%  Internet sources
- 23%  Publications
- 40%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 38% Internet sources
- 23% Publications
- 40% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	repository.unisi.ac.id	6%
2	Internet	ejournal.unisi.ac.id	4%
3	Internet	eprints.uny.ac.id	2%
4	Internet	repository.uir.ac.id	1%
5	Student papers	Universitas Pendidikan Ganesha on 2025-07-21	<1%
6	Student papers	unars on 2023-07-13	<1%
7	Internet	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%
8	Internet	positori.usu.ac.id	<1%
9	Internet	repository.uin-suska.ac.id	<1%
10	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-08-31	<1%
11	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	<1%

12	Internet	ecampus.uinmybatusangkar.ac.id	<1%
13	Internet	unars.ac.id	<1%
14	Publication	Afrida Pratiwi, Dedi Junaedi, Agung Prasetyo. "Pengaruh Harga terhadap Keputus...	<1%
15	Internet	journal.awatarapublisher.com	<1%
16	Internet	digilib.uinsby.ac.id	<1%
17	Internet	eprints.walisongo.ac.id	<1%
18	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-09-03	<1%
19	Student papers	stie-pembangunan on 2023-12-06	<1%
20	Student papers	unars on 2022-08-08	<1%
21	Student papers	unikal on 2023-12-11	<1%
22	Internet	repository.undaris.ac.id:8080	<1%
23	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
24	Internet	repository.uinsaizu.ac.id	<1%
25	Student papers	Universitas Nasional on 2022-03-02	<1%

26	Internet	eskripsi.usm.ac.id	<1%
27	Student papers	Rektorat (ADM) on 2026-06-22	<1%
28	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2025-11-13	<1%
29	Student papers	Universitas Respati Indonesia on 2026-08-27	<1%
30	Internet	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
31	Student papers	Universitas Putera Batam on 2021-08-28	<1%
32	Student papers	Universitas Kristen Duta Wacana on 2021-05-19	<1%
33	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2017-09-15	<1%
34	Internet	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id	<1%
35	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-04-23	<1%
36	Internet	journal.stieamkop.ac.id	<1%
37	Student papers	Konsorsium PTS Batch 5 on 2026-07-22	<1%
38	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2025-11-13	<1%
39	Student papers	University of North Georgia on 2022-03-25	<1%

40	Internet	indojurnal.com	<1%
41	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-06-10	<1%
42	Publication	Sabrina Miftahul Jannah, Ahmad Feriyansyah, Suprayuandi Pratama. "Pengaruh ...	<1%
43	Internet	repositori.uma.ac.id	<1%
44	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-03-25	<1%
45	Student papers	Universitas Mulawarman on 2021-01-15	<1%
46	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2018-09-10	<1%
47	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2018-08-13	<1%
48	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-11-27	<1%
49	Internet	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id	<1%
50	Internet	repository.ub.ac.id	<1%
51	Publication	Indira Gadis Farhani, Indawati Lestari. "Pengaruh Efektivitas Pelayanan dan Kepe...	<1%
52	Student papers	Universitas Andalas on 2019-01-11	<1%
53	Student papers	Universitas Sebelas Maret on 2019-02-06	<1%

54	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-04-24	<1%
55	Student papers	Universitas Satya Negara Indonesia on 2026-02-05	<1%
56	Internet	adoc.pub	<1%
57	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-07	<1%
58	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-06-19	<1%
59	Publication	Muhammad Latif Nur Rohman, Uju Suji'ah. "KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALIT...	<1%
60	Student papers	Universitas Musamus Merauke on 2023-08-22	<1%
61	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-01-19	<1%
62	Student papers	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya on 2022-02-03	<1%
63	Student papers	Universitas Wiraraja on 2022-08-27	<1%
64	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%
65	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Tengah on 2026-06-11	<1%
66	Student papers	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang on 2021-04-15	<1%
67	Student papers	East Union High School on 2026-07-02	<1%

68	Student papers	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II on 2025-05-28	<1%
69	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-06-30	<1%
70	Student papers	Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya on 2025-07-18	<1%
71	Publication	Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERH...	<1%
72	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2017-03-22	<1%
73	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2017-03-25	<1%
74	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2020-02-02	<1%
75	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
76	Student papers	Universitas Respati Indonesia on 2022-06-14	<1%
77	Internet	eprints.unpak.ac.id	<1%
78	Publication	INDRAHAEMI UMAR GAZALI, ABDUL RAHMAN MUS, Andi Nirwana Nur. "PENGARU...	<1%
79	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-07-23	<1%
80	Student papers	Universitas Bengkulu on 2026-05-05	<1%
81	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2025-12-01	<1%

82	Internet	jdi.h.untidar.ac.id	<1%
83	Internet	repository.unissula.ac.id	<1%
84	Student papers	unars on 2022-07-20	<1%
85	Publication	Bernadina Sepe Bata. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas K...	<1%
86	Student papers	CSU, San Diego State University on 2025-08-08	<1%
87	Publication	Devia Adelia Vutri, Iwan Asmadi. "Pengaruh Diskon dan Word of Mouth terhadap ...	<1%
88	Publication	Nonik Nonik. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAPKEPUTUSAN...	<1%
89	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2017-09-19	<1%
90	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-02	<1%
91	Publication	Zafira Anggreni, Amrin Mulia Utama Nasution. "Pengaruh Kualitas Pelayanan da...	<1%
92	Publication	Eka Ayu As'ari, Djunaidi Djunaidi, Angga Rizka Lidiawan. "Pengaruh Variasi Menu ...	<1%
93	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-08-09	<1%
94	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-01-10	<1%
95	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-01-16	<1%

96	Student papers	IAIN Pontianak on 2026-04-29	<1%
97	Student papers	Universitas Nasional on 2022-08-11	<1%
98	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
99	Student papers	Universitas Sangga Buana YPKP on 2026-02-20	<1%
100	Internet	johannessimatupang.wordpress.com	<1%
101	Internet	repositori.unsil.ac.id	<1%
102	Internet	repository.uhn.ac.id	<1%
103	Publication	M. Akbar, Nurul Hayat, Desi Rubiyanti. "Peran Sentral Kepuasan Kerja dan Kepem...	<1%
104	Student papers	UIN Sultan Syarif Kasim Riau on 2026-05-25	<1%
105	Student papers	Universitas Diponegoro on 2019-05-05	<1%
106	Student papers	Universitas Diponegoro on 2019-07-10	<1%
107	Student papers	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya on 2022-02-09	<1%
108	Publication	B. Retno Pratiwi Sakti. "PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADA...	<1%
109	Student papers	Universitas Ibn Khaldun on 2020-09-09	<1%

110	Student papers	Universitas Putera Batam on 2018-12-05	<1%
111	Internet	repository.stimi-bjm.ac.id	<1%
112	Student papers	unars on 2023-09-09	<1%
113	Student papers	Rektorat (ADM) on 2026-06-26	<1%
114	Student papers	Universitas Mulawarman on 2021-04-05	<1%
115	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2018-07-08	<1%
116	Internet	repository-feb.unpak.ac.id	<1%
117	Publication	Helmi Haris, Nur Said Irham T. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terh...	<1%
118	Student papers	Universitas Diponegoro on 2022-06-07	<1%
119	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2026-03-12	<1%
120	Student papers	Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya on 2026-06-24	<1%
121	Student papers	Universitas Pamulang on 2023-08-24	<1%
122	Internet	eprint.stieww.ac.id	<1%
123	Publication	Esti Wulandari, Suhertina Suhertina, Herman Nirwana. "Effect of being active in p...	<1%

124	Student papers	Sekolah Tinggi Seminari Katolik on 2026-01-18	<1%
125	Publication	Sri Suhartini, Erni Irmayanti Hamzah, Samintang Samintang. "Integrasi Pembelaj...	<1%
126	Student papers	Sriwijaya University on 2021-06-21	<1%
127	Student papers	Universitas Jambi on 2022-12-14	<1%
128	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
129	Internet	repositori.umsu.ac.id	<1%
130	Internet	repository.upstegal.ac.id	<1%
131	Publication	Muhammad Nur Aminudin, Muhammad Anang Firdaus, Ira Eka Pratiwi. "ANALISI...	<1%
132	Student papers	Universitas Muria Kudus on 2016-09-08	<1%
133	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-26	<1%
134	Student papers	Universitas Putera Batam on 2021-03-15	<1%
135	Internet	text-id.123dok.com	<1%
136	Student papers	Sriwijaya University on 2020-06-23	<1%
137	Publication	Yudha Supriyatna. "Tingkat Pendidikan Dan Masa Kerja Terhadap Kinerja Karyaw...	<1%

138	Internet	eprints.ubhara.ac.id	<1%
139	Internet	es.scribd.com	<1%
140	Internet	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%
141	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-03-27	<1%
142	Publication	Suci Desrianty Machmud, Mahendra Wijaya, Andre N Rahmanto. "Pengaruh Prom...	<1%
143	Student papers	Universitas Diponegoro on 2019-12-20	<1%
144	Student papers	Universitas Mulawarman on 2021-05-03	<1%
145	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-04	<1%
146	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	<1%
147	Student papers	Universitas Sangga Buana YPKP on 2026-08-13	<1%
148	Internet	core.ac.uk	<1%
149	Internet	repository.umnaw.ac.id	<1%
150	Student papers	unars on 2023-09-11	<1%
151	Publication	Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ...	<1%

152	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-02-10	<1%
153	Student papers	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V on 2025-04-16	<1%
154	Publication	Rayhan Mahatma Harikusuma, Roby Syaiful Ubed. "PERAN PT SARANA MULTIGRI...	<1%
155	Publication	Risna Nurjanah, Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporat...	<1%
156	Student papers	Sriwijaya University on 2019-12-02	<1%
157	Student papers	Universitas Nasional on 2021-01-25	<1%
158	Student papers	Universitas Nasional on 2022-08-13	<1%
159	Student papers	Universitas Putera Batam on 2020-12-03	<1%
160	Student papers	Universitas Wiraraja on 2024-01-16	<1%
161	Internet	repository.umsu.ac.id	<1%
162	Internet	www.scribd.com	<1%
163	Student papers	Fakultas Peternakan on 2025-07-19	<1%
164	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-07-15	<1%
165	Student papers	Iain Palopo on 2025-08-26	<1%

166	Publication	Mulyawan Safwandy Nugraha, Wahyu Andi Saputra. "Kurikulum Madrasah sebag...	<1%
167	Publication	Nur Fadillah Nasution, Zulkifli M.E Siregar, Yona Melia. "Analisis Pengaruh Diversi...	<1%
168	Publication	Salasiah Dan Eli Ampung. "PENGARUH KOMPETENSI APARATUR PEMERINTAH TER...	<1%
169	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-09	<1%
170	Student papers	Universitas Negeri Medan on 2021-07-05	<1%
171	Student papers	Universitas Negeri Medan on 2021-08-03	<1%
172	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-07	<1%
173	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-11-08	<1%
174	Student papers	Universitas Wiraraja on 2023-12-28	<1%
175	Internet	contohs1skripsi.blogspot.com	<1%
176	Student papers	msu on 2025-05-21	<1%
177	Internet	repository.upbatam.ac.id	<1%
178	Publication	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER D...	<1%
179	Student papers	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-01-26	<1%

180	Publication	Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini. "PENGAR...	<1%
181	Student papers	Universitas Diponegoro on 2021-08-05	<1%
182	Student papers	Universitas Islam Malang on 2018-08-23	<1%
183	Student papers	Universitas Nasional on 2022-02-03	<1%
184	Student papers	unars on 2023-08-13	<1%
185	Publication	Alfianti, M. Fadhli Nursal. "THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND LOCATION ...	<1%
186	Publication	Anisah Fitri, Ananda Fitriani Dewi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Online Customer ...	<1%
187	Publication	Seprima Yenti. "artikel seprima yenti", INA-Rxiv, 2019	<1%
188	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-06-23	<1%
189	Student papers	Universitas Papua on 2022-06-13	<1%
190	Student papers	Universitas Putera Batam on 2019-05-24	<1%
191	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2024-07-16	<1%
192	Internet	journal.ubpkarawang.ac.id	<1%
193	Internet	repo.unand.ac.id	<1%

23

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN DI KOTA TEMBILAHAN**

1

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Skripsi Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri Tembilahan*



OLEH:

REFI ZAHARA PUTRI

NIM. 101221010191

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : REFI ZAHARA PUTRI
 NIM : 101221010091
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap
 Keputusan Pembelian Angkringan di Kota
 Tembilahan

Dengan ini menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi saya murni karya ilmiah saya dan tidak plagiat atau bersifat plagiarisme dari karya ilmiah orang lain. Dan apabila ternyata dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan saya serta diberi sanksi hukum sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.

Tembilahan, 9 Februari 2026
 Penulis,

REFI ZAHARA PUTRI
NIM : 101221010091

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
INDRAGIRI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Diberikan kepada :

Nama Mahasiswa : REFI ZAHARA PUTRI
NIM : 101221010091
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap
Keputusan Pembelian Angkringan di Kota
Tembilahan

Disetujui untuk diajukan pada Ujian Oral Comprehensive Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan.

Tembilahan, 9 Febuari 2026 Menyetujui:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Drs. DHARMASETIAWAN M.M
NIDN : 101 310 7002

HELLY KHAIRUDDIN, SE., M.Si
NIDN : 101 909 7603

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

SYAFRINADINA, SE, MM
NIDN: 101 511 8203

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswi : **REFI ZAHARA PUTRI**
 Nim : 101221010091
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap

Keputusan Pembelian Angkringan di Kota Tembilahan

Telah **LULUS** Ujian Skripsi (Oral Comprehensive) yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan Pada hari Jum'at 07 Mei 2026 dengan Nilai (B)

TIM PENGUJI,

Drs. DHARMASETIAWAN, M.M Ketua :
NUPTK. 2352739640130080

HELLY KHAIRUDDIN, SE, M.Si Sekretaris :
NUPTK. 4251754655130140

WIDYAWATI, S.E., M.M Anggota :
NUPTK. 5433763664237000

Dr. AHMAD RIFA'I, S.E, M.Si Anggota :
NUPTK. 5939763664130270

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi

Dr.AHMAD RIFA'I, S.E.,M.Si
NUPTK. 5939763664130270

SYAFRINA DINA,S.E.,M.M
NUPTK. 4447760661230180

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN DI KOTA TEMBILAHAN

Refi Zahara Putri, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Indragiri
refizahara@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dan lokasi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner, serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kedua variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan di Kota Tembilahan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 170 responden yang ditentukan menggunakan rumus Hair. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, sedangkan data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan SPSS. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dengan rumus $Y = a + bX_1 + bX_2 + e$, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan, dengan nilai F hitung sebesar 34,592 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,295 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 29,5%, sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pemanfaatan lokasi yang strategis dapat mendorong keputusan pembelian konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, fasilitas, kualitas produk, atau kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, lokasi, keputusan pembelian, regresi linear berganda

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN DI KOTA TEMBILAHAN

Refi Zahara Putri, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Indragiri
refizahara@gmail.com

Abstract: The purpose of this study is to determine the effect of service quality and location on consumer purchasing decisions at Angkringan Accross Tembilahan City, both partially and simultaneously. This study is motivated by the importance of service quality and location in influencing purchasing decisions in the culinary business, as well as the differences in previous research findings regarding the effect of these variables. This research uses a quantitative approach with a sample of 170 respondents determined using the Hair formula. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method, while data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using SPSS. The analytical techniques used include instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression with the formula $Y = a + bX_1 + bX_2 + e$, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that service quality and location have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously, with an F-count value of 34.592 and a significance value of $0.001 < 0.05$. The R Square value of 0.295 indicates that service quality and location explain 29.5% of purchasing decisions, while the remaining 70.5% is influenced by other variables not examined in this study. The implication of this study indicates that improving service quality and utilizing a strategic location can encourage consumer purchasing decisions. Future research is recommended to add other variables, such as price, promotion, facilities, product quality, or consumer satisfaction.

Keywords: service quality, location, purchasing decisions, multiple linear regression

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan limpahan Rahmat dan karunia yang diberikannya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Keputusan pembelian angkringan di Kota Tembilahan”*, yang mana penulisan skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi program studi program strata satu (S1) di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat lah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Penulis pun menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi Bahasa maupun ilmiahnya. Penulis dengan rendah hati mengucapkan terim kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya bapak Rusmadi dan ibu Erni Nayati, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak pertama nya ini menempuh Pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka berdua sendiri hanya bisa menempuh Pendidikan sampai tahap dasar.
2. Bapak Najamuddin, Lc.,M.A selaku Rektor Universitas Islam Indragiri
3. Bapak Dr. Ahmad Rifai, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Ibu Syafrinadina S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

5. Bapak Drs. Dharmasetiawan, M.M selaku pembimbing I yang berperan dalam membimbing, mengarahkan, mengajarkan, meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu, memberikan saran-saran serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Helly Khairuddin, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu, memberikan saran-saran serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat dekat penulis, Aurora Kayla Sakinasyah. Terima kasih sudah selalu menemani, mendengarkan, membantu, mensupport dan mengerti di saat saya butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk tempat cerita, tawa, keluh kesah, pelukan hangat di momen – momen tersulit bagi penulis.
8. Teman-teman perjuangan Novita Indah Sari, Putri Maulina, Winda Lestari, Deanova Azzahra Dariratu Fu'adah, Sri Wahyuni, dan sepupu saya Kharunnisa. Terima kasih atas kebersamaan, suka dan duka yang telah kita lalui, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
9. Untuk kakak sepupu saya Tiara (Aya) terima kasih selalu memberikan informasi, menjejak berkontribusi banyak dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk bapak Yaswar Aprilian, SE., MM selaku dosen pembimbing konsentrasi pemasaran yang berperan dalam membimbing, mengarahkan saran serta nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini. Tak lupa kepada bapak Denika, terima kasih selalu mengarahkan dan memberi informasi selama bimbingan skripsi ini.

11. Keluarga besar NUR, ucapan terimakasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada Papa Aminurdin dan Mama Dewi Royani, yang telah berperan bagaikan orangtua sendiri bagi penulis. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan apresiasi atas perhatian, kasih sayang, doa, serta dukungan yang senantiasa diberikan tanpa henti. Terimakasih karena telah menjadi supports system penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak lupa ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Kakak Dina Nurvasari, yang telah banyak membantu, berkontribusi dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Tembilahan, 8 februari 2026

Refi Zahara Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Lokasi	14
2.1.4 Keputusan pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis	25
2.5 Variabel Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Obyek Dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Jenis data dan sumber data.....	28
3.2.1 Jenis Data.....	28
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi Dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29

50	3.3.2 Sampel.....	30
1	3.4 Teknik Pengambilan Sample.....	30
	3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
	3.6 Analisis Data.....	33
	3.6.1 Uji Instrument	33
	3.6.2 Uji Asumsi Klasik	34
	3.6.3 Uji Multikolinieritas.....	35
	3.6.4 Uji Hipotesa.....	36
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
72	4.2 Hasil Penelitian.....	40
	4.2.1 Karakteristik Responden	40
	4.2.2 Distribusi indikator variabel penelitian.....	41
45	4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
	4.3 Hasil Analisis Data	48
	4.3.1 Uji Instrumen	48
	4.3.2 Uji Asumsi Klasik	50
	4.3.3 Uji Hipotesis	54
74	4.4 Pembahasan.....	57
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
	5.1 Kesimpulan.....	61
75	5.2 Saran.....	62
	DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.3 Interval Sub Rata-rata.....	41
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Keputusan konsumen (X).....	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Lokasi (X2)	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian (Y).....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian (Y)	48
Tabel 4.8 Uji Validitas.....	49
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.10 Uji Normalitas	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Berganda	53
Tabel 4. 13 Uji parsial (T)	55
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)	56
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57

127

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis pada era globalisasi membawa dampak signifikan terhadap persaingan usaha di tingkat dunia, yang tercermin dari perubahan pola pikir dan gaya hidup masyarakat. Dalam konteks ini, pelaku bisnis dituntut untuk terus berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi guna menciptakan terobosan baru, baik dalam pengembangan produk maupun jasa. Inovasi tersebut difokuskan pada peningkatan kemudahan, kenyamanan, dan kualitas layanan, sehingga mampu memberikan pengaruh yang luas bagi masyarakat (Dharmasetiawan *et al.*, 2022).

166

Usaha angkringan juga merupakan rencana yang baik dalam hal menarik konsumen dan di era saat ini tentunya merupakan kesempatan besar bagi pengusaha. Saat ini angkringan dapat dijumpai di berbagai daerah, tidak terkecuali di Tembilahan. Selain menawarkan kesan romantis, warung sederhana ini tampaknya juga difungsikan sebagai lokasi berkumpul di malam hari yang khas. Disamping itu, harga makanan yang ditawarkan pun relatif terjangkau. Akan tetapi, bisnis angkringan ini tidak lagi sekedar menjadi tempat makan yang hemat, melainkan telah bertransformasi menjadi destinasi wisata kuliner malam. Seiring meluasnya segmen pasar dan berkembangnya bisnis ini, para pelaku usaha angkringan dituntut untuk memperhatikan sejumlah aspek penting, seperti pemilihan lokasi yang strategis, penyediaan fasilitas yang memadai, serta pelayanan yang berkualitas.

13

Pada masa sekarang, pengelolaan bisnis angkringan telah dilakukan dengan cukup profesional. Berbagai warung angkringan baru bermunculan dengan menyediakan fasilitas yang membuat pengunjung merasa betah. Konsep angkringan modern ini banyak ditemukan, dimana area parkir yang cukup luas, kamar mandi, fasilitas wifi, hiburan musik langsung hingga tempat duduk yang nyaman turut disediakan guna memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga mereka cenderung berlama-lama di tempat tersebut. Para pengelola dituntut untuk memahami kebutuhan konsumen, memahami motivasi dibalik perilaku mereka, sekaligus mempelajari proses pengambilan keputusan konsumen. Adapun kunci utama keberhasilan bisnis ini terletak pada upaya mengutamakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang memenuhi harapan akan menciptakan kepuasan, yang pada gilirannya mendorong pembelian ulang. Kepuasan yang lahir dari pelayanan yang memenuhi ekspektasi akan mendorong konsumen untuk kembali berbelanja.

Secara spesifik, penelitian ini menggunakan objek angkringan yang terdapat di Kota Tembilahan, seperti angkringan yang berada di Jl. Trimas, Jl. M. Boya, Jl. Hang Tuah, Jl. Lingkar, Jl. Tanjung Harapan, Jl. Gerilya, Jl. Baharudin Yusuf dan Jl. Makam pahlawan. Fenomena angkringan saat ini sedang berkembang dan menjadi salah satu tempat nongkrong yang diminati oleh masyarakat, terutama kalangan muda. Persepsi konsumen terhadap angkringan di Kota Tembilahan menunjukkan bahwa tempat ini memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan suasana santai, nyaman, dan bernuansa perkotaan. Keberadaan angkringan di beberapa titik strategis tersebut juga memberikan alternatif tempat berkumpul yang terjangkau bagi konsumen.

Angkringan di Kota Tembilahan menawarkan beragam menu, mulai dari minuman dengan berbagai varian rasa dengan harga mulai dari Rp15.000 - Rp25.000. Selain itu, tersedia juga berbagai makanan ringan seperti nasi kucing, kentang goreng, nugget, sate-satean, bandrek, dan berbagai jenis frozen lainnya. Harga makanan yang ditawarkan relatif terjangkau, yaitu berkisar antara Rp2.000 hingga Rp15.000. Selain faktor harga, suasana angkringan yang didukung oleh pencahayaan lampu kuning, fasilitas sederhana seperti permainan kartu, kemudahan akses, lokasi yang strategis, serta kenyamanan tempat menjadi daya tarik tersendiri dalam pengambilan keputusan konsumen. Dengan demikian, angkringan di Kota Tembilahan, menjadi objek yang relevan untuk diteliti karena memiliki potensi besar dalam memengaruhi keputusan konsumen melalui faktor suasana, harga, fasilitas, lokasi, dan variasi menu yang ditawarkan.

13 Aspek pelayanan memegang peran penting dalam menciptakan suasana yang ramah. Pelayanan yang baik dari karyawan akan menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen yang berkunjung. Dalam konteks persaingan di antara angkringan di Tembilahan, kualitas pelayanan yang unggul merupakan salah satu faktor penentu daya saing. Selain itu, pemilihan lokasi yang strategis juga menjadi keuntungan tersendiri bagi suatu usaha. Pada dasarnya, setiap bisnis perlu mempertimbangkan berbagai aspek secara menyeluruh untuk membangun *loyalitas* pelanggan. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang prima dan lokasi yang tepat akan membentuk kesan positif dan melekat di benak konsumen.

177 Kualitas layanan merupakan suatu model yang menggambarkan kondisi pelanggan melalui perbandingan antara ekspektasi yang diharapkan dengan layanan

yang benar-benar diterima berdasarkan tingkat kualitasnya. Pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu unsur krusial dalam upaya membangun kepuasan pelanggan. Selain itu, pelayanan juga berperan penting sebagai faktor penarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan salah satu aspek fundamental yang menunjang pertumbuhan setiap usaha bisnis.

Faktor penting yang lain adalah lokasi. Lokasi menjadi aspek krusial bagi suatu bisnis untuk mencapai hasil yang diharapkan. Lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen, seperti yang dekat dengan pusat kota atau area aktivitas, merupakan pilihan yang ideal untuk bisnis. Menurut Kotler (2005) yang dikutip oleh Sasangka (2015), keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang meliputi analisis kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber untuk pilihan alternatif, keputusan untuk membeli, dan perilaku pasca pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen adalah salah satu aspek dan perilaku konsumen yang terbentuk. Keputusan membeli merupakan sikap yang diambil oleh pembeli setelah mempertimbangkan jenis barang, merek, jumlah, waktu, produsen, tenaga penjual, dan cara pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Menurut Buchari Alma (2014) keputusan pembelian seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan, budaya, keluarga, dan lain-lain akan membentuk sikap individu yang selanjutnya mendorong seseorang melakukan pembelian. Untuk itu, mempertahankan komitmen konsumen menjadi tujuan utama. Guna mewujudkannya, Angkringan mengandalkan sejumlah strategi, yaitu dengan

memberikan yang terbaik melalui kualitas pelayanan, lokasi, untuk mempertahankan keputusan konsumen.

Penelitian ini didorong oleh adanya research gap dari hasil penelitian terdahulu. Penelitian Adriani dan Realize (2023) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Angkringan D’juguran Purbalingga” menunjukkan bahwa mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohammad Dimas Arizal, Edy Kusnadi Hamdun, dan Siti Soeliha (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap *Loyalitas* Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Angkringan Giras di Situbondo”, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, lokasi menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, masih terdapat peluang penelitian lebih lanjut untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara langsung terhadap keputusan pembelian, khususnya pada objek Angkringan di Tembilahan yang belum pernah diteliti sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN DI KOTA TEMBILAHAN”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- a) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen di angkringan di Kota Tembilahan?
- b) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen di angkringan di Kota Tembilahan?
- c) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen di Angkringan di Kota Tembilahan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini yaitu :

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen di Angkringan di Kota Tembilahan.
- b. Untuk mengetahui Pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen di Angkringan di Kota Tembilahan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen di Angkringan di Kota Tembilahan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur ilmu pemasaran, khususnya pada teori perilaku konsumen. Hasilnya dapat

menjadi bukti empiris faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan lokasi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen di sektor usaha kuliner, khususnya angkringan.

2) Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan khususnya di bidang pemasaran.

2. Bagi Konsumen

Diharapkan hasil penelitian ini dapat mendorong peningkatan kualitas pelayanan dan kenyamanan dari angkringan tersebut, sehingga pada akhirnya konsumen akan mendapatkan pengalaman berbelanja dan nilai kepuasan yang lebih baik.

3. Bagi Pengelola Angkringan Tembilaan

Penelitian ini diharapkan Memberikan informasi strategis mengenai aspek mana kualitas pelayanan dan lokasi yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap keputusan konsumen. Hal ini membantu dalam menetapkan prioritas perbaikan dan alokasi sumber daya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penulisan ini, maka penulis menguraikan secara singkat isi masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan Teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis, variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang obyek dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik Pengumpulan Data, Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Obyek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu area fungsional yang sangat krusial dalam organisasi bisnis sebagai pendukung utama untuk keberlanjutan operasional suatu dunia usaha. Pemasaran adalah konsep utama untuk keberhasilan bisnis, di mana pemasaran yang memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan guna mencapai target penjualan yang ditentukan akan memberi dampak baik bagi perkembangan perusahaan di tengah persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini. Banyak orang menganggap pemasaran sebagai proses menjual barang dan jasa, namun jika diteliti lebih lanjut, pengertian pemasaran memiliki aspek yang lebih luas daripada sekadar itu.

Manajemen pemasaran adalah rangkaian kegiatan perencanaan dan pelaksanaan konsep, harga, promosi, serta distribusi guna menghasilkan pertukaran yang memuaskan antara organisasi dan pelanggannya. Dalam zaman digital sekarang, kesetiaan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh mutu produk, tetapi juga oleh cara strategi pemasaran dilaksanakan dan bagaimana manajemen menanggapi kebutuhan pasar (Bharmawan & Hanif, 2022).

Bagi para pebisnis, pada dasarnya yang mereka inginkan dari usaha mereka adalah keberlangsungan, profit, dan perkembangan. Pemasaran berkontribusi secara langsung untuk meraih tujuan ini. Pemasaran mencakup aktivitas berikut,

yaitu mengevaluasi keinginan dan kepuasan konsumen yang ada serta calon konsumen, merancang dan mengatur tawaran produk, menetapkan harga dan strategi harga, menyusun rencana distribusi, dan melakukan komunikasi dengan konsumen yang ada serta calon konsumen.

Pengertian pemasaran bagi para pemasar sangat krusial dalam mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan segmen pasar yang bisa dilayani secara maksimal oleh perusahaan, serta merancang produk, layanan, dan program yang sesuai untuk memenuhi pasar tersebut, sangat bermanfaat untuk mengoptimalkan penjualan perusahaan.

3 Banyak orang beranggapan bahwa pemasaran hanyalah soal penjualan atau iklan. Saat ini, pemasaran harus dimengerti bukan dalam cara yang lama tetapi dalam cara yang baru yakni memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pemasar mengenali kebutuhan pelanggan dengan baik, menciptakan produk yang memiliki nilai unggul, menentukan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produknya secara efektif, produk-produk tersebut akan terjual dengan lancar.

3 Strategi pemasaran merupakan metode jangka panjang yang diterapkan perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif dengan memahami kebutuhan konsumen serta pasar yang dituju (Porter, 1985). Elemen strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar, penentuan target pasar, serta posisi produk dalam pikiran konsumen (STP), dan bauran pemasaran (4P: produk, harga, tempat, promosi) (Haryanto & Rudy, 2020).

3 Tujuan dari setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mendukung pertukaran yang saling menguntungkan antara para pihak yang terlibat. Aktivitas pemasaran

mencakup pengembangan konsep, penetapan harga, promosi, dan distribusi untuk berbagai ide, produk, dan layanan

2.1.2 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah salah satu strategi untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen. Strategi ini pada gilirannya dapat membangun kepercayaan dari pelanggan. Dengan memberikan layanan yang unggul, perusahaan akan merasakan dampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan transaksi pembelian.

Menurut Tjiptono (2016), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dapat dikendalikan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sementara itu, definisi kualitas pelayanan menurut Supranto (2016) adalah sesuatu yang harus dilaksanakan dengan baik oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan pun dianggap sebagai elemen penting yang harus diwujudkan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena mutu layanan memiliki peran krusial dalam menarik konsumen baru serta mengurangi risiko kehilangan pelanggan lama kepada kompetitor.

Sebuah barang atau layanan dapat dianggap berkualitas jika tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi harapan konsumen, serta dapat memberikan kepuasan

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (fandy Tjiptono , 2016) mengemukakan lima aspek yang berpengaruh atau tolak ukur dalam kualitas pelayanan, kelima aspek

yang mempengaruhi antar lain:

1) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Kemampuan suatu perusahaan dalam membuktikan citra pamornya kepada pihak luar, yang tercermin dari kelengkapan infrastruktur pendukung yang memadai. Aspek ini juga mencakup penciptaan lingkungan fisik yang memadai sebagai wujud nyata dari komitmen pelayanan, yang diwujudkan melalui penyediaan berbagai fasilitas langsung seperti toilet, mushola, tempat parkir, sarana pengisian daya ponsel, dan akses *WiFi* yang dapat dinikmati oleh konsumen.

2) *Reliability* (Keandalan)

Aspek ini menekankan pada kapasitas penyedia jasa untuk menghadirkan layanan yang terpercaya dan sesuai dengan janji. kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terperca. Hal ini diwujudkan melalui kinerja yang memenuhi ekspektasi konsumen, yang mencakup ketepatan waktu, konsistensi kualitas layanan tanpa kesalahan kepada seluruh pelanggan, serta diiringi dengan sikap empati dan kecermatan yang tinggi. Contoh praktisnya adalah penyelesaian kebutuhan pelanggan pada interaksi awal dan ketersediaan karyawan berpengalaman yang mampu memberikan solusi yang tepat bagi setiap pertanyaan.

3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Keinginan dari perusahaan atau pelaku usaha untuk memberikan bantuan dan layanan yang responsif serta sesuai kebutuhan pelanggan, yang dilakukan melalui penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami, kemampuan

untuk memberi dukungan dan memberikan layanan dengan cepat dan akurat, serta responsif terhadap keinginan pelanggan. Contoh yang dapat dilihat dari kesiapan dalam melayani konsumen sesuai waktu yang ditentukan, kesediaan untuk membantu menyelesaikan kebutuhan pelanggan, serta kemauan untuk merespons setiap pertanyaan yang diajukan.

4) *Assurance (Jaminan)*

Pengetahuan, sikap sopan santun, serta keterampilan yang dimiliki oleh para karyawan berperan penting dalam membangun dan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kemampuan, keramahan, dan etika pegawai dalam membangun kepercayaan pelanggan. Hal ini dapat diwujudkan, contohnya, ketika staf mampu menanamkan rasa percaya dalam diri konsumen, menciptakan perasaan aman selama proses transaksi berlangsung, serta menunjukkan tutur kata dan perilaku yang santun dalam setiap interaksi.

5) *Empathy (Empati)*

Komitmen pelaku usaha dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat personal kepada setiap konsumen melalui upaya memahami keinginan mereka secara mendalam. sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai.

Terhadap konsumen. Implementasinya mencakup usaha perusahaan untuk benar-benar mengenal karakteristik pelanggan, khususnya dalam hal memahami kebutuhan spesifik mereka serta menyediakan jam operasional yang sesuai dengan kenyamanan konsumen. Bentuk nyata dari penerapan dimensi ini dapat dilihat dari penawaran waktu layanan yang *fleksibel*, interaksi penuh perhatian dari karyawan terhadap konsumen, serta kemampuan staf dalam

menangkap dan memenuhi kebutuhan individual pelanggan.

2.1.3 Lokasi

a. Denifisi Lokasi

Lokasi merupakan suatu tempat yang berpengaruh pada keinginan kosumen untuk mengunjungi suatu tempat dan membeli produk. Selain itu, lokasi juga menjadi jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Memilih lokasi adalah keputusan vital bagi perusahaan, tidak boleh dianggap sepele karena konsumen pada umumnya mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Menurut Kasmir (2009:129), lokasi merupakan tempat bagi perusahaan untuk melayani konsumen dan memajukan produk dagangannya. Dalam strategi distribusi, pemilihan lokasi yang tepat adalah hal yang sangat penting karena dapat memastikan akses yang mudah dan cepat, sehingga berpotensi menarik lebih banyak konsumen. Menurut Tjiptono (2015), lokasi merujuk pada berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah distribusi barang serta jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi adalah struktur fisik dari sebuah bisnis yang menjadi komponen utama yang terlihat dalam menciptakan kesan tentang usaha yang dilakukan perusahaan dalam menentukan penempatan usahanya dan aktivitas dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan konsumen (Utami, 2012).

b. Indikator-Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono (2012) berpendapat bahwa penentuan sebuah lokasi secara fisik membutuhkan pertimbangan yang matang dalam penentuan lokasi tersebut

- a. Akses, mengacu pada kemudahan menjangkau suatu lokasi, baik melalui ketersediaan sarana transportasi umum maupun dari sisi kemudahan yang dirasakan langsung oleh konsumen.
- b. Visibilitas adalah suatu kondisi di mana sebuah lokasi dapat terlihat dengan jelas dari kejauhan dan jarak pandang normal.
- c. lalu lintas (*traffic*) dalam pemasaran melibatkan dua pertimbangan yang saling bertolak belakang. Di satu sisi, volume pejalan kaki atau kendaraan yang tinggi menciptakan peluang pembelian yang besar, karena sering memicu keputusan pembelian spontan (*impulse buying*) tanpa perencanaan. Di sisi lain, kepadatan dan kemacetan lalu lintas justru dapat menjadi penghalang, karena dapat mengurangi minat atau kemampuan konsumen untuk mengakses lokasi tersebut.
- d. tempat parkir adalah sebuah lokasi yang disediakan khusus untuk menaruh kendaraan. Lokasi ini harus memiliki ruang yang memadai, menjamin keamanan, dan memberikan kenyamanan bagi semua jenis kendaraan, mulai dari sepeda motor hingga mobil.
- e. Ekspansi, yaitu merujuk pada ketersediaan lahan yang memadai untuk rencana pengembangan atau perluasan usaha di masa depan.
- f. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang

ditawarkan

g. Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis

h. Peraturan pemerintah (Tjiptono, 2005).

2.1.4 Keputusan pembelian

a. Denifisi Keputusan pembelian

Perilaku konsumen tidak hanya berfokus pada jenis produk atau jasa yang dikonsumsi, tetapi juga menganalisis lokasi pembelian, pola kebiasaan konsumsi, serta situasi dan kondisi ketika produk atau jasa tersebut diperoleh. Berdasarkan pendapat Buchari (2013), keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pertimbangan konsumen yang dipengaruhi oleh beragam faktor, mulai dari aspek makro seperti ekonomi, teknologi, politik, dan budaya, hingga elemen bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, lokasi, promosi, serta aspek layanan seperti *physical evidence, people, dan process*. Sejalan dengan kerangka proses pengambilan keputusan yang dikemukakan Rifa'i (2019), kombinasi dari faktor-faktor tersebut kemudian membentuk suatu persepsi pada konsumen, yang mendorong mereka untuk memproses seluruh informasi yang diterima melalui tahapan identifikasi masalah, pengumpulan dan analisis data, pengembangan alternatif, pemilihan opsi terbaik, hingga evaluasi hasil yang pada akhirnya menghasilkan respons berupa pilihan produk yang akan dibeli.

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk terbentuk melalui sebuah proses pertimbangan. Dalam proses ini, konsumen menilai apakah produk itu layak dibeli atau tidak dengan cara mencocokkan

informasi yang mereka miliki dengan realitas atau kondisi aktual produk saat disaksikan sendiri. Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa, konsumen biasanya akan melalui tahap pertimbangan yang disebut keputusan konsumen. Istilah ini merujuk pada serangkaian tindakan nyata yang dilakukan konsumen, mulai dari proses pembelian, penggunaan, hingga keputusan untuk tidak lagi memakai produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler (2001) berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah fase dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen secara nyata melakukan pembelian. Proses pengambilan keputusan melibatkan konsumen secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan suatu produk. Pada dasarnya, keputusan pembelian adalah pilihan akhir konsumen apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Sebelum sampai pada keputusan tersebut, biasanya konsumen akan menilai berbagai faktor, dengan kualitas pelayanan, lokasi, harga, dan popularitas produk di kalangan masyarakat menjadi pertimbangan utama, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pembelian.

Swastha dan Irawan menyebutkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan untuk membeli berkaitan dengan emosi. Ketika seseorang merasa bahagia dan puas saat membeli barang atau jasa, hal tersebut akan memperkuat ketertarikan untuk membeli, sedangkan

kegagalan seringkali mengurangi minat. Proses pembelian selalu dimulai dari kesadaran konsumen akan suatu kebutuhan atau keinginan

1) Proses Keputusan Pembelian

Proses keputusan konsumen adalah serangkaian langkah yang dilalui pembeli sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu barang. Proses ini adalah sebuah pemecahan masalah harga yang terdiri dari lima langkah (Kotler, 1999). Berikut adalah lima langkah dalam proses pengambilan keputusan membeli menurut Kotler, 1999:

a). Pengenalan Masalah

Ini adalah tahap awal dalam proses pengambilan keputusan pembelian, di mana konsumen mengidentifikasi suatu masalah atau kebutuhan yang mereka miliki.

b). Pencarian Informasi

Pada tahap ini, konsumen termotivasi untuk melakukan pencarian informasi secara lebih aktif. Semakin banyak informasi yang berhasil dikumpulkan, maka pemahaman dan kesadaran mereka mengenai produk atau jasa tersebut akan semakin bertambah.

c). Penilaian Alternative

Dalam mengevaluasi beberapa merek, konsumen menggunakan informasi tentang sifat-sifat produk, di mana setiap merek dipandang sebagai sekumpulan karakteristik tertentu.

d). Keputusan Pembelian

Pada tahap ini konsumen secara aktual membeli suatu produk.

e) Perilaku Setelah Pembelian

Setelah membeli, konsumen akan merasa puas atau tidak puas tergantung pada apakah produk sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan ini menentukan tindakan mereka selanjutnya; konsumen yang puas cenderung akan membeli produk yang sama kembali.

b. Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2007), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya adalah seperangkat nilai, kepercayaan, adat istiadat, norma, perilaku, dan artefak yang dimiliki bersama oleh suatu kelompok orang, yang secara signifikan mempengaruhi cara mereka memandang dunia, berpikir, bertindak, dan mengambil keputusan.

a. Budaya.

Budaya merupakan seperangkat nilai, cara pandang, kebiasaan, serta tindakan yang dipelajari seseorang dari keluarga dan institusi-institusi lain dalam masyarakat.

b. Subbudaya

Subbudaya adalah sekelompok individu dalam masyarakat yang mempunyai sistem nilai serupa, yang terbentuk dari pengalaman hidup dan keadaan umum yang mereka alami bersama

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah penggolongan orang dalam tingkat-tingkatan

di masyarakat, di mana orang dalam satu golongan biasanya punya nilai, hobi, dan cara bertindak yang sejalan.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial adalah segala sesuatu dalam struktur dan interaksi masyarakat yang mempengaruhi cara berpikir, bertindak, perilaku, dan status kehidupan seorang individu atau kelompok.

a. Kelompok

Kelompok terdiri dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk meraih suatu tujuan, baik secara individu maupun kolektif.

b. Keluarga

Keluarga, yang terdiri dari anggota seperti suami, istri, dan anak-anak, merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling krusial dalam Masyarakat

c. Peran dan Status

Setiap peran adalah sekumpulan tindakan yang diharapkan dari seseorang. Pelaksanaan peran ini kemudian menentukan statusnya, yang merepresentasikan tingkat penghargaan masyarakat terhadapnya.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah segala karakteristik, sifat, kondisi, dan keyakinan internal yang unik pada seorang individu, yang membedakannya dari orang lain dan mempengaruhi cara ia memandang dunia, membuat keputusan, dan bertindak laku.

179

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Perilaku membeli seseorang berevolusi sejalan dengan tahapan siklus hidup keluarganya. Kebutuhan dan *preferensi* berubah dimulai dari masa muda, melalui masa paruh baya, dan hingga memasuki masa tua.

22

b. Pekerjaan

Maksudnya adalah pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Ini berarti bahwa pekerjaan seseorang berpengaruh terhadap barang dan jasa yang mereka konsumsi.

68

c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi seseorang berpengaruh langsung terhadap pemilihan produk yang mereka beli. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang peka terhadap pendapatan konsumen akan memantau tren dalam hal pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat minat.

52

d. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup yang tergambar dari profil psikografis seseorang, yang meliputi segala aktivitasnya (pekerjaan, belanja, olahraga), ketertarikannya (pada *fashion*, keluarga, hiburan), serta pandangannya (tentang isu tertentu, dunia bisnis, dan suatu produk).

22

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah seperangkat karakteristik psikologis khas seseorang yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan berkelanjutan terhadap lingkungannya.

4) Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah proses, keadaan, dan karakteristik mental internal yang mempengaruhi persepsi, pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang.

1. Motivasi

Motivasi merupakan suatu kebutuhan yang memiliki intensitas mendesak, yang kemudian mendorong individu untuk melakukan tindakan guna mencapai pemuasan dari kebutuhan tersebut. Maka dibutuhkan sebuah motivasi bagi penulis untuk merangkum data.

2. Persepsi

Persepsi adalah proses memilih, mengelola, dan memaknai informasi guna menciptakan realitas yang berarti bagi individu.

3. Pembelajaran

Perubahan dalam cara bertindak atau berpikir seseorang yang disebabkan oleh proses belajar dan interaksi dengan lingkungannya.

4. Keyakinan dan sikap

Keyakinan (*Belief*) merupakan pemahaman atau pendapat deskriptif yang dipegang seseorang tentang suatu hal. Sementara itu, Sikap (*Attitude*) adalah suatu evaluasi, perasaan emosional, serta kecenderungan tindakan yang relatif stabil yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu merupakan Upaya penelitian untuk mencari perbandingan data dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian

dapat memposisikan penelitian. Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dasar dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperoleh teori-teori yang di gunakan dalam mengkaji penelitian ini.

Terdapat perbedaan antara hasil yang dilakukan oleh beberapa penelitian terhadap permasalahan yang sama, di bawah ini disajikan table dari beberapa penelitian terdahulu yang membahas permasalahan sama yang berkaitan dengan judul penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Fajar Rindang Pambudi, Agustin Riyan Pratiwi, Widadatu I Ulya 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Angkringan D'juguran Purbalingga	Peneliti menggunakan metode kuantitatif menghasilkan 96 responden dengan teknik analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner melalui google form dengan teknik pengambilan sampel random sampling.	Berdasarkan pengumpulan data dan hasil uji statistik, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Angkringan D'juguran Purbalingga.
2	Harlinda Mutia Dewi 2023	Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Beranda Kali di Boja Kendal	Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada angkringan Beranda Kali. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.	Kualitas pelayanan(X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y) pada angkringan Beranda Kali di Boja Kendal.

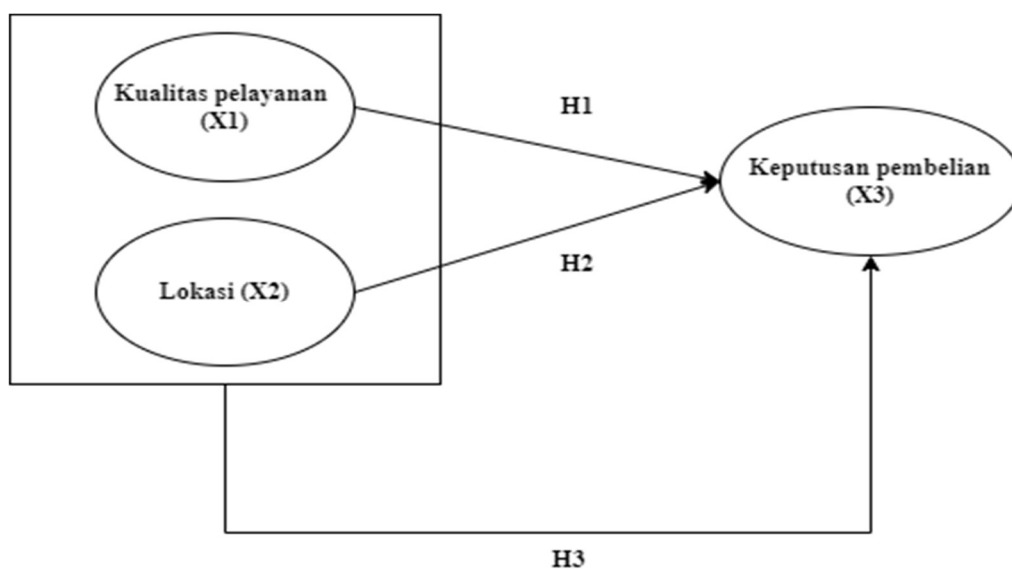
3	Wahyu Nilam Sari, Rachmad Ilham, Suharto 2025	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko D'Twins di Gresik Kota Baru	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data dari 95 orang melalui kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS.	Disimpulkan bahwa variabel harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Angkringan Roromendut di Kabupaten Gresik
4	Taufan Hidayat 2019	Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 155 orang dengan seluruh pelanggan rumah makan Koki Jody di Magelang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda	Terdapat pengaruh positif lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan rumah makan Koki Jody di Kota Magelang.
5	Mohammad Dimas Arizal, Edy Kusnadi Hamdun, Siti Soeliha 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Angkringan Giras Di Situbondo	Metode pengambilan sampel acak (simple probability sampling) tanpa memperhatikan strata dalam populasi dalam penelitian ini dengan observasi dan wawancara terhadap konsumen Angkringan Giras di Situbondo. Analisis data dengan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model persamaan kuadrat terkecil struktural-parsial (PLS-SEM).	1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen 2. Lokasi berpengaruh signifikan negatif terhadap Kepuasan konsumen

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2011), Kerangka Pemikiran adalah uraian sementara mengenai fenomena yang menjadi objek permasalahan. Kriteria penting agar suatu kerangka pemikiran mampu meyakinkan para ilmuwan adalah adanya alur berpikir yang logis dalam membangun pemikiran yang menghasilkan kesimpulan berupa

hipotesis. Selanjutnya dianalisis dengan cara kritis dan sistematis, sehingga memperoleh hasil mengenai hubungan antar variabel penelitian.

Berdasarkan landasan teori tersebut diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran variabel independent adalah Kualitas pelayanan (X1), Lokasi (X2) sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan pembelian (Y) sehingga dapat di gambarkan kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi sementara yang masih perlu dibuktikan melalui penelitian atau pengumpulan data. (Sugiyono 2013). Berdasarkan kerangka pemikiran beberapa hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini yaitu :

- H1: Diduga Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
- H2: Diduga Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y)

H3: Diduga Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y)

2.5 Variabel Penelitian

Menurut sugiyono (2021) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian di tarik kesimpulannya.

Sesuai dengan judul penelitian “ Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Angkringan di Kota Tembilahan”. Untuk itu penulis melakukan pengujian dengan 2 variabel ,yaitu :

a) Variabel Independen (X)

Variabel indenpenden atau variabel bebas merupakan variabel mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (variabel dependen) variabel yang terkait yaitu kultas pelayanan dan Lokasi.

b) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karna adanya variabel bebas, yang menjadi perhatian utama sebuah pengamatan.pengamatan akan dapat mendetksi yang terjadi kemudian, variabel yang terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian.

c) Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) berpendapat bahwa oprasional variabel Adalah suatu atribut atau nilai dari objek yang memiliki variasi tertentu telah ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari,kemudian di Tarik sebuah Kesimpulannya

Tabel 2.2 Operasional Variabel

NO	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dapat pengendalian atas Tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Tjiptono(2016)	1.Tangibles(Bukti fisik) 2.Realibility (keandalan) 3.Responsiveness (ketanggapan) 4.Assurance (Jaminan) 5.Empathy (Empati)	Likert
2.	Lokasi (X2)	Lokasi adalah wilayah mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. (Tjipto 2015)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas (traffic) 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan	Likert
3.	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan konsumen merupakan hasil dari proses pertimbangan konsumen yang dipengaruhi oleh beragam faktor, mulai dari aspek makro seperti ekonomi, teknologi, politik, dan budaya, hingga elemen bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, lokasi, promosi, serta aspek layanan seperti <i>physical evidence, people, dan process</i> . (Buchari 2013)	1. Faktor budaya 2. Faktor sosial 3. Faktor pribadi 4. Faktor Psikologis	Likert

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Dan Waktu Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen angkringan yang berada di Kota Tembilahan, Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir. Lokasi angkringan yang menjadi objek penelitian tersebar di beberapa titik, antara lain angkringan yang berada di Jl. Trimas, Jl. M. Boya, Jl. Hang Tuah, Jl. Lingkar, Jl. Tanjung Harapan, Jl. Gerilya, Jl. Baharudin Yusuf, dan Jl. Makam Pahlawan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 hingga April 2026, yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, serta penyusunan hasil penelitian.

3.2 Jenis data dan sumber data

3.2.1 Jenis Data

1) Data kuantitatif

Data Kuantitatif merupakan data yang dominan oleh angka. Data kuantitatif adalah data yang disajikan dan dapat diukur dalam bentuk angka dan dihitung secara langsung, berupa informasi dan penjelasan yang dinyatakan dalam bentuk angka.

2) Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2015) data kualitatif yaitu data yang di merujuk pada objek penelitian yang berupa non angka, seperti gambaran umum perusahaan, hasil kuesioner, dan data-data lain yang menunjang penelitian.

3.2.2 Sumber Data

1) Data primer

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan informasi yang pertama kali dikumpulkan oleh penelitian melalui usaha pengambilan data secara langsung di lapangan. Oleh karena itu, data primer dikenal sebagai data awal atau data mentah (prabadari, 2020). Data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber utama, biasanya disebut dengan responden. Responden guna mendapatkan keterangan agar penelitian ini dapat terus berjalan dengan lancar. Data primer yang digunakan meliputi tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan, Lokasi juga termasuk persepsinya mengenai Keputusan pembelian termasuk juga data mengenai identitas responden. Data primer diperoleh secara langsung dari responden.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung oleh penelitian dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) dalam Dina Nurvasari, populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi merujuk pada seluruh subjek yang diteliti (Arikunton, 2013).

Populasi merupakan kumpulan semua elemen yang berupa kejadian, objek, atau individu yang memiliki ciri-ciri serupa dan menjadi fokus perhatian peneliti,

sehingga dianggap sebagai seluruh lingkup penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah semua konsumen angkringan di Jl. Trimas, Jl. M. Boya, Jl. Hang Tuah, dan Jl. Lingkar. Jl. Lingkar, Jl. Tanjung Harapan, Jl. Gerilya, Jl. Baharudin Yusuf dan Jl. Makam pahlawan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006). Untuk dapat menjelaskan variabel yang diteliti dengan tepat, penulis menggunakan sampel sebagai perwakilan dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa populasi yang ada sangat besar, sehingga tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi tersebut. Berdasarkan Bailey (1994), sampel adalah sekumpulan individu dari populasi yang ingin dianalisis. Sampel penelitian sangat penting untuk mengambil kesimpulan dari semua gejala atau objek yang sedang diteliti (Bailey, 1994). Oleh karena itu, sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi, yaitu memiliki sifat yang hampir sama dengan populasi.

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini memakai rumus Hair. Rumus Hair adalah teknik untuk menentukan jumlah sampel minimum dalam penelitian, di mana jumlah sampel diperoleh dengan mengalikan jumlah indikator, yaitu 17×10 . Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah partisipan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 responden..

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah

ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini digunakan karena responden yang dibutuhkan dalam penelitian harus sesuai dengan karakteristik yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan *Google Form*. Link *Google Form* disebarkan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Angkringan di Kota Tembilahan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk di Angkringan di Kota Tembilahan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 170 responden. Jumlah tersebut dianggap telah memenuhi kebutuhan penelitian karena responden yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk di Angkringan di Kota Tembilahan. Dengan demikian, 170 responden diharapkan dapat memberikan data yang relevan dalam menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014), untuk mendapatkan data hasil penelitian yang diinginkan, diperlukan informasi yang mendukung penelitian ini. Teknik Pengumpulan Data adalah langkah-langkah yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari perusahaan yang menjadi unit analisis dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Teknik Pengumpulaln Data yang digunakan yaitu menyebar kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan

tertutup atau terbuka,dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet,yang disebar secara acak kepada konsumen yang pernah nongkrong di angkringan gajah mada. Responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan Tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan Tingkat persetujuan terdiri dari skala yang mempunyai gradasi diantaranya adalah :

1. Sangat Setuju (SS) : Di beri nilai 5
2. Setuju (S) : Di beri Nilai 4
3. Netral (N) : Di beri Nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) : Di beri Nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Di beri Nilai 1

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan data untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab,sambil bertatap muka antara, wawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara ,sehingga memungkinkan bagi sumber informasi untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai jawaban yang diberikan berkaitan dengan topik penelitian.

Pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data pada literatur Pustaka,jurnal ilmiah,dengan maksud untuk memperoleh landasan teoritis yang berhubungan dengan objek penelitian. Melalui Teknik ini dapat memperoleh informasi seluas-luasnya untuk selanjutnya dilakukan analisis dan semakin melengkapi fakta dan data yang tersedia.

c. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi ini dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian dan lain-lain.

d. *Web Searching*

Penulis ini menggunakan artikel-artikel, jurnal, dan media lain yang berhubungan dengan penulis ilmiah lainnya.

3.6 Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan adalah:

3.6.1 Uji Instrument

a. Uji Validitas

Sugiyono (2018) Uji validitas berfungsi untuk menentukan apakah suatu kuesioner sah atau valid. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji validitas adalah suatu tolok ukur yang menunjukkan tingkat keabsahan atau kevalidan suatu alat ukur (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran keandalan suatu instrumen penelitian. Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan tetap konsisten saat pengukuran diulang. Tujuan dari uji reliabilitas adalah menilai stabilitas pengukuran serta konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga hasil yang

didapatkan akan konsisten saat dilakukan pengulangan

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heterokedsitas, uji normalitas dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2018), Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi data yang normal atau hampir normal. Untuk menguji normalitas data tersedia dua metode, yaitu dengan menganalisis grafik normal probability plot. Dasar pengambilan keputusan dari tampilan grafik tersebut, berdasarkan (Sugiono, 2016), adalah jika data (titik) terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan distribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data (titik) terdistribusi jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis tersebut, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan Sugiyono (2018), cara lain yang lebih efektif untuk menguji normalitas adalah melalui analisis statistik

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengecek apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians dari sisa satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila variansi dari residu antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya konsisten, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika

tidak konsisten disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan mengamati pola pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) dan residual dari model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami heteroskedastisitas jika titik-titik data pada grafik tersebar di atas dan di bawah angka 0 serta pada sumbu Y.

3.6.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Sugiyono (2019) Uji Multikolinieritas adalah pengujian apakah model re-gresi ditemukan adanya masalah diantara variabel independen dan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi di antara variable - variable. Pendektesian keberandaannya dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF).

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018) Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesa ini diterima atau ditolak. Pengujian ini menggunakan metode regresi linear berganda Regresi linear berganda adalah alat analisis peramalan nilai berpengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Penelitian menggunakan metode analisis linear berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \hat{a} + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Konsumen

$\hat{a}$ = konstanta

b = koefisien Regresi Parsial

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Lokasi

e = Error Term

3.6.4 Uji Hipotesa

a. Uji-t (Parsial)

Menurut Sugiyono (2018) Statistik uji t digunakan untuk menguji secara sendiri-sendiri hubungan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Uji Parsial atau disebut juga uji t dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Namun, jika yang ingin diketahui adalah pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y) maka hal ini disebut dengan uji F. Uji parsial (uji t) dalam analisis regresi linear berganda dapat menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23. Uji hipotesa ini membandingkan signifikansi/hitung dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0 : X_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat

$H_0 : X_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

b. Uji – F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2018) Pengujian ini melibatkan tiga variabel bebas terhadap variabel terikat dalam menguji ada tidaknya pengaruhnya secara bersama-sama. Uji- F (Simultan) dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dasar pengambilan keputusan untuk uji f (simultan) dalam analisis regresi. Berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} :

a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terkait (Y)

b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terkait (Y)

c. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Sugiono (2018) Uji koefisien determinasi (R^2) determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Sugiono, 2016). Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

6

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Angkringan di Kota Tembilahan merupakan salah satu bentuk usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan dan minuman dengan konsep sederhana, santai, dan nyaman. Keberadaan angkringan di Kota Tembilahan saat ini semakin berkembang dan menjadi salah satu pilihan tempat berkumpul bagi berbagai kalangan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum. Angkringan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk membeli makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang sosial bagi konsumen untuk bersantai,

92

berbincang, dan menikmati suasana malam kota.

Secara spesifik, penelitian ini menggunakan objek angkringan yang terdapat di Kota Tembilahan Beberapa lokasi dipilih karena menjadi titik yang cukup ramai dan mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu, angkringan di kawasan tersebut memiliki daya tarik tersendiri karena menghadirkan suasana sederhana, santai, dan bernuansa perkotaan sehingga cocok dijadikan tempat berkumpul bagi masyarakat, terutama kalangan muda.

15 Angkringan di Kota Tembilahan menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman khas angkringan, seperti nasi kuning, aneka sate-satean frozen, kentang goreng, nugget, bandrek, serta minuman hangat dan dingin dengan berbagai varian rasa. Harga minuman yang ditawarkan berkisar antara Rp15.000 hingga Rp25.000, 56 sedangkan harga makanan ringan berkisar antara Rp2.000 hingga Rp15.000. Harga yang relatif terjangkau menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen, khususnya bagi kalangan menengah ke bawah dan anak muda yang mencari tempat makan dengan biaya ekonomis namun tetap nyaman.

64 Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen karena berada di lingkungan yang ramai serta memiliki akses yang cukup baik, baik bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi maupun berjalan kaki. Selain itu, keberadaan angkringan di sekitar jalan utama turut memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha.

Pelayanan yang diberikan oleh para pelaku usaha angkringan di Kota Tembilahan umumnya mengutamakan keramahan dan kecepatan dalam melayani pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen serta 147

membangun hubungan yang baik antara penjual dan pembeli. Suasana yang akrab, pelayanan yang ramah, fasilitas sederhana seperti permainan kartu, serta pencahayaan lampu kuning yang mendukung kenyamanan menjadi beberapa faktor yang membuat konsumen merasa nyaman dan ingin kembali berkunjung.

Dengan konsep usaha yang sederhana, harga terjangkau, lokasi strategis, variasi menu yang beragam, serta pelayanan yang ramah, angkringan di Kota Tembilahan mampu bersaing dengan usaha kuliner sejenis. Keberadaan angkringan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat makan yang ekonomis sekaligus menjadi ruang sosial bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, angkringan di Kota Tembilahan menjadi objek yang relevan untuk diteliti karena memiliki potensi besar dalam memengaruhi keputusan konsumen melalui faktor suasana, harga, fasilitas, lokasi, pelayanan, dan variasi menu yang ditawarkan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Responden	
	Jumlah	Persentase
laki-laki	82	40%
Perempuan	88	60%
Jumlah	170	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari 170 orang. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 82 orang atau sebesar 40%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 88 orang atau sebesar 60%.

b. Umur Responden

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Umur	Responden	
	Jumlah	Persentase
18 - 23	86	50,29%
24 – 29	77	45,61%
30 – 40	6	3,51%
>41 – 50	1	0,58%
Jumlah	170	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden pada penelitian di Angkringan di Kota Tembilahan didominasi oleh kelompok usia 18–23 tahun sebanyak 86 orang atau 50,29%. Kemudian, responden dengan usia 24–29 tahun sebanyak 77 orang atau 45,61%, usia 30–40 tahun sebanyak 6 orang atau 3,51%, dan usia lebih dari 41–50 tahun sebanyak 1 orang atau 0,58%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok usia muda, khususnya usia 18–23 tahun.

4.2.2 Distribusi indikator variabel penelitian

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antar variabel, dapat diketahui melalui interval sub rata-rata, dengan interval sebagai berikut:

Tabel 4.3 Interval Sub Rata-rata

Interval Rata-rata	Tingkat Hubungan
0,000-0,999	Sangat Rendah
1,000-1,999	Rendah
2,000-3,999	Cukup
4,000-4,999	Sangat Kuat

Sumber : Arikunto(2012)

4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian

a. Keputusan konsumen (X1)

Kualitas Pelayanan diartikan sebagai kemampuan pihak angkringan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, baik dari segi sikap, fasilitas, maupun ketepatan dalam melayani. Pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas kepada konsumen dan mendorong terjadi nya keputusan pembelian. Karakteristik Keputusan konsumen (X) dari indikator-indikator Keputusan konsumen dapat diukur dengan menggunakan 5 pertanyaan:

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Keputusan konsumen (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total nilai	Mean	Reg
1	Suasana di angkringan hang tua mendukung kenyamanan saya saat berkunjung	31	108	30	1	0	679	3,99	4
2	Prosedur pelayanan di angkringan hang tua cepat dan tepat	72	69	30	0	0	726	4,25	2
3	Penjual di angkringan hang tua cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan	66	86	17	2	0	729	4,26	1
4	Penjual di angkringan hang tua bersikap sopan dan ramah	40	78	52	1	0	670	3,92	5
5	Penjual di angkringan hang tua Memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani konsumen	75	61	35	0	0	724	4,23	3
Rata-rata								20,65	
Sub Rata-rata								4.13	

Dari tabel 4.4 di atas dapat di simpulkan bahwa jawaban-jawaban responden menunjukan nilai-nilai yang positif dibuktikan dengan jawaban responden mengarah ke Netral,Setuju dan Sangat Setuju. Artinya nilai positif tersebut akan menjadi pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1)

terhadap Keputusan pembelian (Y) pada angkringan di Kota Tembilahan. Nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada pernyataan ke tiga, yaitu “Penjual di angkringan hang tua cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan” dengan nilai mean sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan penjual dalam memberikan pelayanan yang responsif dan sigap membuat konsumen merasa diperhatikan, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan mendorong keputusan pembelian pelanggan. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan keempat, yaitu “Penjual di angkringan hang tua bersikap sopan dan ramah” dengan nilai mean sebesar 3,92. Hal ini menunjukkan bahwa sikap penjual yang baik dan ramah mampu menciptakan kenyamanan bagi konsumen saat melakukan pembelian sehingga memberikan kesan positif terhadap pelayanan yang diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan sub rata-rata sebesar 4.13, nilai tersebut berada pada interval 4,000-4,999, yang berarti variabel Kualitas pelayanan (X1) termasuk dalam kategori sangat kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan Hang Tua Tembilahan.

b. Lokasi (X2)

Lokasi diartikan sebagai tempat usaha yang digunakan untuk menjalankan kegiatan penjualan dan pelayanan kepada konsumen . Pemilihan lokasi yang strategis dapat memudahkan konsumen dalam menjangkau tempat usaha, meningkatkan kenyamanan, serta mendorong terjadinya keputusan pembelian. Karakteristik Lokasi (X2) dari indikator-indikator Keputusan konsumen

dapat diukur dengan menggunakan 8 pertanyaan:

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Lokasi (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total nilai	Mean	Reg
1	Angkringan di Kota Tembilahan terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	48	83	40	0	0	692	4,05	4
2	Angkringan di Kota Tembilahan mudah terlihat dari kejauhan	51	81	36	2	0	691	4,06	3
3	Akses menuju lokasi Angkringan di Kota Tembilahan lancar dan tidak macet	66	79	23	3	0	721	4,22	1
4	Angkringan di Kota Tembilahan memiliki lahan parkir yang cukup luas	43	82	41	4	0	674	3,96	8
5	Lokasi Angkringan di Kota Tembilahan masih memungkinkan untuk pengembangan atau perluasan usaha di masa mendatang	58	71	36	5	1	693	4,05	5
6	Lingkungan sekitar Angkringan di Kota Tembilahan mendukung kegiatan usaha angkringan	59	71	40	1	0	701	4,10	2
7	Keberadaan usaha sejenis di sekitar Angkringan di Kota Tembilahan tidak mengurangi minat saya untuk berkunjung	49	77	45	0	0	688	4,02	7
8	Lokasi Angkringan di Kota Tembilahan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku	54	72	41	4	0	689	4,03	6
Rata-rata								32,50	
Sub Rata-rata								4,06	

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan variabel Lokasi (X2) pada Angkringan di Kota Tembilahan menunjukkan penilaian yang positif. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas jawaban responden berada pada kategori Setuju (S), Sangat Setuju

(SS), dan Netral (N), serta hanya sedikit responden yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan hanya sedikit menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada pernyataan ketiga, yaitu “Akses menuju lokasi Angkringan di Kota Tembilahan lancar dan tidak macet” dengan nilai mean sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses menuju lokasi menjadi salah satu faktor utama yang mendukung konsumen untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian di Angkringan di Kota Tembilahan.

Sementara itu, nilai rata-rata (mean) terendah terdapat pada pernyataan keempat, yaitu “Angkringan di Kota Tembilahan memiliki lahan parkir yang cukup luas” dengan nilai mean sebesar 3,96. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas lahan parkir masih menjadi aspek lokasi yang perlu mendapat perhatian, meskipun secara umum penilaian responden terhadap indikator tersebut tetap berada dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil perhitungan sub rata-rata sebesar 4,06, nilai tersebut berada pada interval 4,000–4,999, yang berarti variabel Lokasi (X2) termasuk dalam kategori sangat kuat/sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan di Kota Tembilahan.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian diartikan sebagai proses yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai alternatif yang tersedia.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan lokasi usaha. Karakteristik Keputusan konsumen (X) dari indikator-indikator Keputusan konsumen dapat diukur dengan menggunakan 5 pertanyaan:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total nilai	Mean	Reg
1	Saya sebagai konsumen setuju bahwa Angkringan di Kota Tembilahan mengikuti trend masa kini	50	86	34	0	0	696	4,09	2
2	Rekomendasi dari teman atau keluarga memengaruhi saya memilih Angkringan di Kota TembilahanGajah Mada	49	84	37	1	0	694	4,06	3
3	Saya sering berkunjung ke Angkringan di Kota Tembilahan saat waktu senggang	56	70	39	5	1	688	4,02	4
4	Pengalaman sebelumnya membuat saya ingin datang kembali ke angkringan ini	59	79	31	2	0	708	4,14	1
Jumlah								16,31	
Sub Rata-rata								4,08	

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), dapat disimpulkan bahwa jawaban responden menunjukkan penilaian yang positif. Hal ini terlihat dari mayoritas jawaban responden yang berada pada kategori Setuju (S), Sangat Setuju (SS), dan Netral (N), sedangkan responden yang menjawab Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS) jumlahnya relatif sedikit.

Nilai rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada pernyataan keempat, yaitu “Pengalaman sebelumnya membuat saya ingin datang kembali ke angkringan ini” dengan nilai mean sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman

konsumen sebelumnya menjadi faktor penting yang mendorong keputusan pembelian. Semakin baik pengalaman yang dirasakan konsumen saat berkunjung, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Angkringan di Kota Tembilahan.

Sementara itu, nilai rata-rata (mean) terendah terdapat pada pernyataan ketiga, yaitu “Saya sering berkunjung ke Angkringan di Kota Tembilahan saat waktu senggang” dengan nilai mean sebesar 4,02. Meskipun menjadi nilai terendah, angka tersebut tetap berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan konsumen pada waktu senggang sudah cukup baik, namun masih dapat ditingkatkan melalui strategi pemasaran, peningkatan kenyamanan tempat, variasi menu, serta daya tarik suasana angkringan.

Berdasarkan hasil perhitungan sub rata-rata sebesar 4,08, nilai tersebut berada pada interval 4,000–4,999, yang berarti variabel Keputusan Pembelian (Y) termasuk dalam kategori sangat kuat/sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap Angkringan di Kota Tembilahan berada pada tingkat yang positif dan sangat baik.

d. Rekapitulasi Rata-rata jawaban distribusi indikator

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian (Y)

No	Variabel X	Mean	Rank
1	Kualitas Pelayanan (X1)	4,13	1
2	Lokasi (X2)	4,06	2
Rata - rata		4,10	
Keputusan pembelian (Y)		4,08	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki tingkat rata-rata tertinggi dibandingkan variabel

lainnya dalam rekapitulasi rata-rata nilai distribusi indikator pada setiap variabel, yaitu sebesar 4,13. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen pada Angkringan di Kota Tembilahan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti suasana yang nyaman, prosedur pelayanan yang cepat dan tepat, penjual yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan, sikap yang sopan dan ramah, serta perhatian yang diberikan dengan setulus hati kepada konsumen, dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pengalaman tersebut pada akhirnya dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan berkunjung kembali ke Angkringan di Kota Tembilahan.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, berdasarkan bukti empiris, logika berpikir, dan kekuatan hukum yang mendukungnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis korelasi dengan bantuan *software SPSS versi 23.0 for Windows*. Suatu instrumen atau item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel pada taraf signifikansi 0,05, yang menunjukkan adanya korelasi signifikan antara skor item dengan skor total.

Tabel 4.8 Uji Validitas

NO	Variabel (X)	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X1)	Pernyataan 1	.417**	0,150	Valid
		Pernyataan 2	.615**	0,150	Valid
		Pernyataan 3	.478**	0,150	Valid
		Pernyataan 4	.210*	0,150	Valid
		Pernyataan 5	.455**	0,150	Valid
2	Lokasi (X2)	Pernyataan 1	.232**	0,150	Valid
		Pernyataan 2	.286**	0,150	Valid
		Pernyataan 3	.387**	0,150	Valid
		Pernyataan 4	.420**	0,150	Valid
		Pernyataan 5	.478**	0,150	Valid
		Pernyataan 6	.331**	0,150	Valid
		Pernyataan 7	.385**	0,150	Valid
		Pernyataan 8	.509**	0,150	Valid
3	Keputusan pembelian (Y)	Pernyataan 1	.405*	0,150	Valid
		Pernyataan 2	.466*	0,150	Valid
		Pernyataan 3	.608**	0,150	Valid
		Pernyataan 4	.614**	0,150	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS versi 23.0 Windows 2019

Dari tabel 4.8 pengujian validitas instrument penelitian (kuisioner) diatas dengan masing-masing pernyataan mendapatkan nilai r hitung $\geq$ r tabel, yang dimana r tabel dari 30 responden adalah 0,374. Pada 17 pernyataan diatas menunjukkan semua nilai diatas nilai r tabel, sehingga keseluruhan instrumen penelitian tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan salah satu prosedur statistik yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat dipercaya atau konsisten dalam mengukur suatu konsep atau variabel. Pelaksanaan uji reliabilitas penting dilakukan sebagai bagian dari pengujian kualitas instrumen, karena instrumen yang tidak reliabel dapat menghasilkan data yang tidak akurat. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila hasil perhitungan menunjukkan

nilai koefisien reliabilitas sebesar $\alpha \geq 0,05$. Dengan demikian, instrumen yang memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari r tabel dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

NO	Variabel (X)	cronbach alpha	r Tabel	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X1)	.185	0,150	Reliabel
2	Lokasi (X2)	.160	0,150	Reliabel
3	Keputusan konsumen (Y)	.153	0,150	Reliabel

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Pada tabel 4.9 diatas nilai *cronbach alpha* pada kedua variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel yang bernilai 0,374. Pada nilai *cronbachs-alpha* Kualitas pelayanan menunjukkan angka .782 yang dimana lebih besar dari 0,374. Pada Lokasi memiliki nilai .800 lebih besar dari 0,374 dan Keputusan pembelian memiliki nilai .775 lebih besar dari 0,374. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui variable dependen dan variabel indenpenden memiliki distribusi normal dan tidak dalam regresi. Menurut Gujarat , uji ini memiliki ketentuan yaitu apabila nilai *probabilitas JB (jarque-bera)* lebih besar dari Tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 atau 5%. Berikut merupakan hasil uji dengan melihat kolom *Shapiro-wilk*.

Tabel.10 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		168
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31303533
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.041
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.085
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.087
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

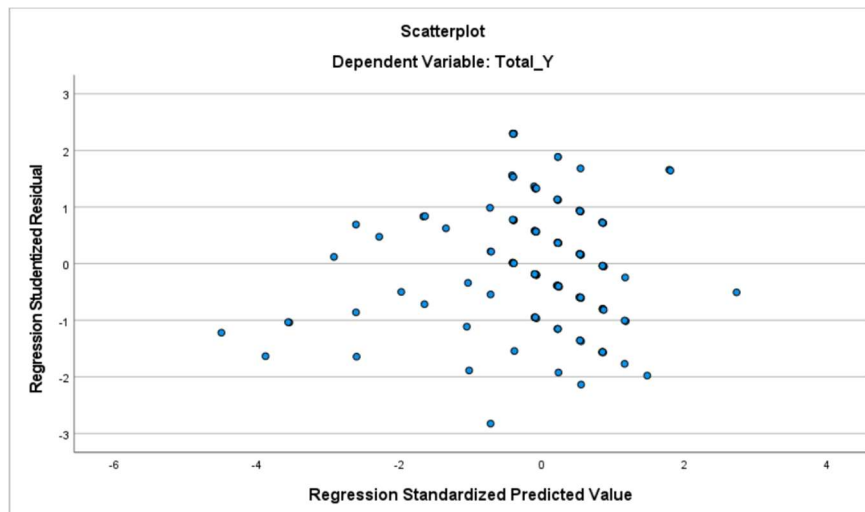
Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Diketahui dari output diatas pada kolom *Kolmogorov-smirnov* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk Kualitas pelayanan, Lokasi dan Keputusan pembelian sebesar 0.095 maka disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan, Lokasi dan Keputusan pembelian berdistribusi normal, karna nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dengan metode grafik dektesi ada tidaknya heterokeditas yang dapat dilihat dari metode grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED Dimana sumbu y adalah variabel yang di prediksi dan sumbu x adalah *residul*. Untuk membuktikan ada atau tidaknya gangguan heterkedatitas dapat dilihat dari pola diagram pencar (*scatter – plot*).

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Berdasarkan output diatas, dapat di lihat hasil uji Heteroskedastisitas bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedatitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dengan membandingkan VIF (*variance inflation factor*) dari hasil uji spss. Jika nilai VIF < 10 berarti model terbebas dari masalah Multikonlinieritas.

Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.087	1.719		1.215	.226		
	Total_X1	.263	.074	.256	3.565	<.001	.827	1.210
	Total_X2	.270	.050	.384	5.349	<.001	.827	1.210

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Dari output diatas, dapat di ketahui bahwa nilai VIF untuk kualitas pelayanan sebesar 1.210 lokasi sebesar 1.210 karna nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah multikolinieritas.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kedua sub variabel, dalam hal ini variabel Kualitas pelayanan, Lokasi, Keputusan pembelian. Maka hasilnya lengkap di bawah ini.

Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.087	1.719		1.215	.226
	Total_X1	.263	.074	.256	3.565	<.001
	Total_X2	.270	.050	.384	5.349	<.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Berdasarkan tabel uji regresi berganda diatas maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -255 + 0,267 + 0,341$$

Dari persamaan diatas diketahui :

1. Konstanta sebesar artinya menunjukkan apabila variabel kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) maka Keputusan Pembelian (Y) bernilai sebesar (2.087).
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) artinya, mengalami kenaikan sebesar 1% maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar (0.263).
3. Koefisien regresi variabel Lokasi (X2) sebesar (0.270). Artinya jika variabel Lokasi mengalami penurunan sebesar 1 % dengan fluktuasi nilai yang dilampirkan, Keputusan Pelayanan (X1) akan mengalami kenaikan sebesar (0.263) dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif

artinya tidak terjadi hubungan yang negatif antara variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh variabel independent secara parsial atas suatu variabel dependen. Untuk menguji menguji hipotesis tersebut maka terlebih dahulu dicari nilai kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian yang dilakukan.

Tabel 4. 13 Uji parsial (T)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.087	1.719		1.215	.226
	Total_X1	.263	.074	.256	3.565	<.001
	Total_X2	.270	.050	.384	5.349	<.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

1. Pengujian variabel Kualitas pelayanan

Berdasarkan output diatas diperoleh t_{hitung} sebesar (3.565). Dan t_{tabel} dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $170-2-1$ dengan pengujian 0,05 maka di peroleh t_{tabel} sebesar 1,974. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

b) H_a diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Nilai t_{hitung} (3.565) $>$ 1,974 t_{tabel} maka t_{hitung} maka H_a diterima dan H_0 ditolak dengan nilai sig 0,001 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Variabel Lokasi (X2) berpengaruh

secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Pengujian variabel Lokasi (X2)

Berdasarkan output diatas diperoleh t_{hitung} sebesar (3.183). Dan t_{tabel} dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $170-2-1$ dengan pengujian 0,05 maka di peroleh t_{tabel} sebesar 1,974

. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- b) H_a diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Nilai t_{hitung} (5.349) $>$ 1,974 t_{tabel} maka H_a diterima dan H_0 ditolak dengan nilai sig (0,001), lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Variabel Lokasi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali uji statistic F pada dasar nya menunjukan apakah semua variabel indenpenden atau variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.sedangkan menurut Gunjarti (2001) bahwa uji F merupakan sebuah derajat kepercayaan yang digunakan pada umumnya adalah 5%. Hal ini terjadi, apabila niali F tabel memiliki hasil lebih kecil dari pada nilai F hasil perhitungannya. Maka hipotesis alternatif menyatakan semua semua variabel indenpenden secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.pengujian dilakukan menggunakan uji

distribusi F, yaitu, Lokasi terhadap Keputusan pembelian.

Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.725	2	60.362	34.592	<.001 ^b
	Residual	287.918	165	1.745		
	Total	408.643	167			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F hitung sebesar 34.592.

Nilai dari F Hitung sebesar $34.592 > F \text{ table } 3,05$ dengan nilai signifikan 0.001 lebih kecil dari 0.05, berarti secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Kualitas Pelayanan (X1) Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Menurut ghozali (2016) pengujian koefisien ini di lakukan dengan maksud untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel indenpenden secara Bersama-sama. Koefisien determinasi menunjukan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *R-square* (R²) pada tabel model *summary*. Berikut disajikan hasil uji koefisien determinasi (R²) :

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.295	.287	1.32097

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Output SPSS 23.0 for windows, 2026

Berdasarkan output di atas, di peroleh angka *R Square* sebesar 0,295 atau 29,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (Kualitas pelayanan, Lokasi) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) sebesar 29,5% atau variasi variabel independen yang digunakan hanya mampu menjelaskan sebesar 29,5% saja terhadap variabel dependen sedangkan sisanya sebesar 70,5% di pengaruhi oleh variabel independent lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan

1. **Kualitas Pelayanan (X1)** terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan di kota Tembilahan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian juga semakin meningkat. Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan rasa nyaman, kepuasan, serta kepercayaan konsumen dalam memilih tempat untuk membeli makanan dan minuman. Berdasarkan hasil kuesioner, indikator kualitas pelayanan yang memperoleh tanggapan tertinggi dari responden adalah responsiveness (ketanggapan), khususnya pada pernyataan bahwa penjual cepat tanggap terhadap permintaan dan

keluhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan penjual dalam memberikan pelayanan secara sigap, membantu pelanggan dengan segera, serta merespons kebutuhan konsumen dengan cepat menjadi aspek yang paling dirasakan manfaatnya oleh pelanggan. Ketanggapan tersebut membuat konsumen merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga dapat mendorong munculnya keputusan untuk melakukan pembelian maupun pembelian ulang. Sementara itu, indikator yang memperoleh tanggapan paling rendah adalah assurance (jaminan), khususnya pada pernyataan “Penjual di angkringan bersikap sopan dan ramah” hasil tersebut mengindikasikan bahwa aspek keramahan dan kesopanan dalam berinteraksi dengan pelanggan masih perlu ditingkatkan. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga mengharapkan pelayanan yang mampu memberikan rasa nyaman, aman, dan keyakinan selama proses transaksi berlangsung. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan komunikasi serta penerapan sikap yang lebih ramah dan sopan dari penjual dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan dan memperkuat keputusan pembelian konsumen.

2. **Lokasi (X2)** terbukti pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada angkringan di Kota Tembilahan. Temuan ini menunjukkan bahwa lokasi usaha merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau dan berada pada posisi yang strategis dapat meningkatkan minat konsumen untuk

berkunjung dan melakukan transaksi. Hasil tanggapan responden melalui kuesioner menunjukkan bahwa indikator lalu lintas (traffic) memperoleh penilaian tertinggi. Pernyataan mengenai “ akses menuju lokasi angkringan yang lancar dan tidak mengalami kemacetan” mengindikasikan bahwa konsumen sangat memperhatikan kemudahan dalam mencapai tempat tujuan. Kelancaran arus lalu lintas memberikan kenyamanan bagi konsumen karena dapat mengurangi waktu tempuh dan mempermudah mobilitas. Oleh karena itu, kondisi akses yang baik menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Di sisi lain, indikator tempat parkir memperoleh penilaian terendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan lahan parkir pada beberapa angkringan di Kota Tembilahan masih dirasakan kurang memadai oleh sebagian konsumen. Area parkir yang terbatas berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan, khususnya bagi konsumen yang datang menggunakan kendaraan pribadi. Meskipun demikian, keterbatasan tersebut tidak menjadi hambatan utama dalam keputusan pembelian, karena konsumen lebih mengutamakan kemudahan akses menuju lokasi usaha. Temuan penelitian ini memberikan gambaran bahwa pelaku usaha angkringan perlu mempertahankan keunggulan dari aspek aksesibilitas lokasi yang didukung oleh kondisi lalu lintas yang relatif lancar. Selain itu, peningkatan fasilitas pendukung seperti penyediaan area parkir yang lebih memadai juga perlu menjadi perhatian. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen sehingga mendorong terciptanya keputusan pembelian yang lebih tinggi.

- 29 185
- 5
- 108
- 60
- 113
- 12
- 115
- 1
- 99
- 186
3. **Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2)** secara simultan terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada angkringan di Kota Tembilahan. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari perpaduan antara kualitas pelayanan yang diterima dan kondisi lokasi tempat usaha. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual, seperti keramahan dalam melayani, kesigapan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, serta kemampuan memberikan pelayanan secara tepat, dapat memberikan kesan positif bagi konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas sehingga mendorong timbulnya keinginan untuk melakukan pembelian dan bahkan melakukan pembelian kembali. Selain itu, faktor lokasi juga memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Lokasi usaha yang strategis, mudah diakses, memiliki kondisi lalu lintas yang mendukung, serta dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang memadai akan memberikan kenyamanan bagi konsumen. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan, tetapi juga oleh lokasi usaha. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan yang disertai dengan pemilihan lokasi yang tepat dapat mendorong meningkatnya keputusan pembelian konsumen pada angkringan di Kota Tembilahan.

55

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan lokasi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Angkringan di Kota Tembilahan seperti Jl. Lingkar, Jl Tanjung Harapan, Jl. Gerilya, Jl. Baharudin Yusuf dan Jl. Makam pahlawan, dengan populasi yaitu konsumen Angkringan di Kota Tembilahan, sampel sebanyak 170 responden, serta alat analisis berupa analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Hasil koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 29,5%, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 29,5%. Sedangkan sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil pengujian secara parsial atau uji t terbukti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Angkringan di Kota Tembilahan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen dan Terbukti bahwa Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada angkringan di Kota Tembilahan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi usaha, maka semakin tinggi minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)

17 pada Angkringan di Kota Tembilahan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.1 Saran

1. Bagi pemilik Angkringan di kota Tembilahan, disarankan untuk lebih meningkatkan sikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen. Hal ini didasarkan pada 175 hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan, di mana indikator “penjual bersikap sopan dan ramah” memperoleh nilai rata-rata terendah. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen, memberikan sapaan yang 61 ramah, serta melayani konsumen dengan sikap yang lebih sopan dan perhatian agar konsumen merasa nyaman dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang. 61
2. Bagi pengelola Angkringan di kota Tembilahan, disarankan untuk lebih memperhatikan ketersediaan dan kenyamanan lahan parkir. Hal ini dikarenakan indikator “Angkringan di Kota Tembilahan memiliki lahan parkir yang cukup luas” memperoleh nilai rata-rata terendah pada variabel lokasi. Oleh sebab itu, pengelola dapat menata area parkir dengan lebih rapi, menyediakan ruang parkir yang lebih aman, serta mengatur kendaraan pengunjung agar tidak mengganggu akses masuk dan keluar konsumen. Dengan adanya lahan parkir yang lebih nyaman, konsumen akan lebih mudah berkunjung dan keputusan pembelian dapat meningkat.
3. Bagi pemilik dan pengelola angkringan, disarankan untuk meningkatkan daya 97 97

tarik angkringan agar konsumen lebih sering berkunjung pada waktu senggang. Hal ini sesuai dengan hasil tanggapan responden pada variabel keputusan pembelian, di mana indikator “saya sering berkunjung ke Angkringan saat waktu senggang” memperoleh nilai rata-rata terendah. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan menjaga suasana angkringan tetap nyaman, menambah variasi menu, memberikan promo pada jam-jam tertentu, serta menyediakan hiburan ringan agar konsumen tertarik menjadikan angkringan sebagai pilihan utama untuk menghabiskan waktu luang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, & Realize. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian angkringan D'Juguran Purbalingga*.
- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar pemasaran modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Anggarani, M. R. (n.d.). *Persetujuan Laporan Skripsi*.
- Arizal, M. D., Hamdun, E. K., & Soeliha, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Angkringan Giras di Situbondo*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(5), 858.
- Arizal, M. D., Hamdun, E. K., & Soeliha, S. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada angkringan Giras di Situbondo*.
- Dewi, H. M., & Sulistiyowati, P. (n.d.). *Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Beranda Kali di Boja Kendal*.
- Hidayat, I., Soeliha, S., & Ediyanto, E. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Angkringan Aroma Kopi Pancur Prajekan Bondowoso*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1218. <https://doi.org/10.36841/jme.v1Tabel2.11i6.2173>
<https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3501>
- Hurin, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warung Angkringan (Studi Kasus pada warga kos di Yogyakarta)*. *Analisa: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(3), 18–30. <https://doi.org/10.62734/analisa.v12i3.288>
- I Putu Dananjaya Krisna. (2024). *Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen: (Studi Kasus di Green Cafe 15 A Kota Metro)*. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan*

- Kewirausahaan*, 2(2), 32–44. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i2.1836>
- Indah, D. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa*. 3(1).
- Kotler, P. (1999). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian* (Edisi Milenium). Jakarta: Prenhallindo.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Realize, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di Kota Batam. *JURNAL PUNDI*, 2(2). <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.78>
- Rindang Pambudi, F., Pratiwi, A. R., & Ulya, W. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan D'Juguran Purbalingga. DFAME Digital Financial Accounting Management EconomicsJournal*, 1(1), 21–24. <https://doi.org/10.61434/dfame.v1i1.9>
- Santika, N. W., No, J. A. D., Mojoroto, K., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Romusha Nganjuk*.
- Sari, W. N., & Ilham, R. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko D'Twins di Gresik Kota Baru*.
- Sasangka. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian*
- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Bailey, K. D. (1994). *Methods of social research* (4th ed.). New York: The Free Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tofir, S., Irmawati Leppang, & Akram Hamzah, M. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pada Dinas Pendidikan Kota Palopo Berbasis Web. *Jurnal Health*

Sains, 1(6), 762–772. <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i6.107>

Utami, C. W. (2012). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Em

