

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN KEDAI KOPI “LITERIA FOREST CAFÉ” DI KABUPATEN MADIUN)

Anis Watun Khasanah¹⁾, Dian Citaningtyas Ari Kadi²⁾, Hendra Setiawan³⁾

¹Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: aniswtnkha1307@gmail.com

²Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: dian.citaningtyas@unipma.ac.id

³Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan data empiris pada masing-masing variabel, adanya pengaruh kualitas pelayanan, Lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian kedai kopi LITERIA Forest Café pada konsumen di Kabupaten Madiun. Sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan memperoleh sampel sebanyak 385 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan alat analisis SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel: a) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kedai kopi “Literia Forest Café”, b) Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kedai kopi “Literia Forest Café”, c) Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kedai kopi “Literia Forest Café”.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Keputusan Pembelian

Abstract

The aim of this research is to provide empirical data on each variable, the influence of service quality, location, facilities and purchase decisions of the Literia Forest Café coffee shop on consumers in Madiun Regency. The sample in this study used purposive sampling by obtaining a sample of 385 respondents. The method used in this research is a quantitative method with SPSS version 21 analysis tools. The results of this research show that the variables: a) Service Quality influences purchasing decisions at the "Literia Forest Café" coffee shop, b) Location influences purchasing decisions at the coffee shop "Literia Forest Café", c) Facilities influence purchasing decisions at the "Literia Forest Café" coffee shop.

Keywords: Service Quality, Location, Facilities, Purchasing Decisions

A. PENDAHULUAN

Teknologi dan informasi yang berkembang berperan sebagai salah satu hal yang mendorong kehidupan modern sekarang ini mengalami perkembangan. Salah satu yang menjadi fenomena sekarang ialah maraknya kedai yang didirikan di berbagai kota besar ataupun kecil di Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh tim *Snapcart* pada tanggal 12-15 September 2023 dengan jumlah sampel sebanyak 4.538 responden mengungkapkan bahwa 79% Masyarakat Indonesia merupakan konsumen kopi (*Snapcart.com*, 2023). Data yang dikumpulkan merupakan jenis konsumen kopi dari berbagai kalangan mulai dari peminum kopi botolan hingga penikmat kopi seduhan.

Indonesia termasuk salah satu produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia. Produksi biji kopi mayoritas 80% sampai 90% berasal dari varietas Robusta yang kualitasnya lebih rendah dibandingkan biji Arabika. Kebun benih Robusta banyak ditemukan di dataran rendah. Indonesia juga terkenal dengan banyak kopi spesialnya, termasuk “Kopi Luwak” (kopi termahal di dunia) dan “Kopi Mandarin”. Dari segi bahan baku pertanian, kopi secara umum termasuk penyumbang devisa paling besar urutan ke-4 di Indonesia sesudah kelapa sawit, karet, dan kakao (*IndonesiaInvestmen.com.id*, 2024). Oleh karena itu, kopi memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia.

Kedai kopi sekarang ini merupakan bisnis yang perkembangannya relatif cepat, sehingga permintaan konsumsi kopi di masyarakat semakin tinggi, hal ini berdampak pada berkembangnya kedai kopi atau kedai kopi di seluruh Indonesia. Tumbuhnya bisnis kopi ini bermula dari masyarakat yang senang meminum kopi lalu membuatnya tertarik untuk menjadikannya sebagai bisnis dan meningkatkan pemasukan, bahkan menjadikannya sebagai sumber penghasilan utama. Jika dulu masyarakat kebanyakan mengonsumsi kopi di tempat makan, namun saat ini sudah merambah ke kedai kopi. Situasi ini menciptakan persaingan yang cenderung kompetitif maka memberikan banyak opsi kepada konsumen.

Salah satunya yaitu kedai Literia Forest Cafe yang terletak di wilayah Kecamatan Kare ini termasuk salah satu kopi yang lumayan ramai pengunjung. Hal ini dibuktikan dari maraknya pembeli yang datang ke kedai kopi tersebut dibanding kedai kopi sekitarnya seperti adem ayam, cangkir wedangan, BRB Literia dan kedai lainnya. Literia Forest Café ini memiliki lokasi yang strategis karena terleta di pinggir jalanan raya dan banyak orang yang melewati sekitar lokasi tersebut.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Kedai Kopi

Brand	Juni	Juli
Literia Forest Cafe	4.559	4.224

Sumber: Hasil Observasi peneliti

Dari statistik demikian bisa tampak yakni pengunjung Literia Forest Café mengalami fluktuatif. Pada bulan Juni Literia Forest Café dengan pengunjung sebanyak 4.559 dan mengalami penurunan pada bulan Juli menjadi 4.224. Dengan banyaknya kedai kopi yang ada pada Kawasan Literia Forest Café menjadi problematika bagi pebisnis kedai kopi disana imbas dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan nantinya menyebabkan semakin beratnya persaingan yang membuat entitas bisnis semakin dituntut guna lebih aktif dalam menarik dan mempertahankan konsumen lantas menghasilkan rasa untuk melakukan pembelian berulang.

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yakni untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café” di Kabupaten Madiun, Untuk mengetahui adanya pengaruh Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café” di Kabupaten Madiun, Untuk mengetahui adanya pengaruh Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café” di Kabupaten Madiun.

Disamping itu, manfaat dengan adanya penelitian ini antara lain diharap mampu menjadi masukan bagi pihak Perusahaan agar memberi perhatian dan meningkatkan Kualitas Pelayanan yang baik, Lokasi yang mudah dijangkau, serta memperbaiki fasilitas

dengan baik untuk meningkatkan keputusan pembelian terhadap Kedai Kopi LITERIA Forest Café.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dianggap sebagai keputusan terakhir individu dan rumah tangga yang melakukan pembelian barang atau jasa agar dikonsumsi perseorangan. Seperti yang disampaikan dari Schiffman & Kanuk dalam (Sangadji & Sopiah, 2016) keputusan disebut penentuan sebuah perilaku dari dua opsi alternatif atau selebihnya.

Kualitas Pelayanan

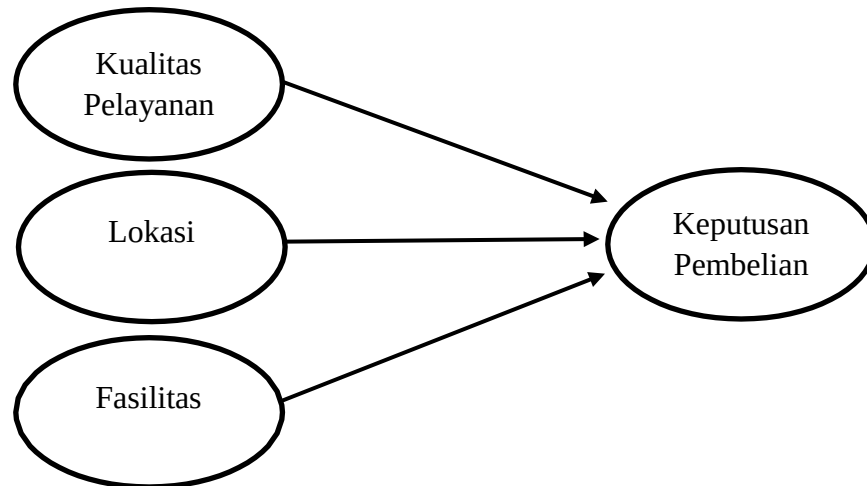
Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) dalam (siuwal, 2022) kualitas layanan suatu ukuran sebagaimana baik pelayanan yang diberi dapat selaras dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat berperan sebagai suatu persyaratan suksesnya suatu Perusahaan (Gusti et al., 2022).

Lokasi

Menurut Lupiyoadi dalam (Latief, 2018) Lokasi pun disebut pula dengan keputusan yang perusahaan buat dengan berhubungan pada pengoperasian dan penempatan staf. Menurut Kasmir dalam (Aprileny et al., 2021) bahwa Lokasi termasuk tempat dalam memberi layanan bagi konsumen, atau dianggap pula sebagai tempat dalam memajang barang dagangan.

Fasilitas

Fasilitas termasuk hal yang penting pada lingkup usaha jasa, maka karenanya fasilitas yang sebaiknya dimiliki berupa keadaan fasilitas, desain interior dan eksterior konsumen secara langsung (Dewandi et al, 2018). Fasilitas dianggap sebagai sumber daya fisik yang diharuskan ada sebelum konsumen menawarkan sebuah jasa fasilitas termasuk semua hal yang sengaja penyedia jasa sediakan agar digunakan dan konsumen nikmati dengan tujuan agar memberi rasa puas secara maksimal (Sofyan dkk, 2013).



Sumber: (Nur Indahsari & Roni, 2022); (Imam Masduki, Marlina Siregar, 2023)

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

H₁ : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

H₂ : Diduga Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

H₃ : Diduga Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Literia Forest Café. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 385 orang. Data diolah menggunakan SPSS, dengan analisis data meliputi uji validitas, reabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas), regresi linear berganda, hipotesis, dan koefisien determinasi (R^2).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Penelitian

Hasil uji validitas dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Variabel X1, X2, X3 dan variabel Y menunjukkan valid karena probabilitas $\text{sig} < 0,05$.

Uji Normalitas

Nilai Asymp.sig. (2-tailed) dikatakan normal jika nilai $> 0,05$.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,02102998
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,045
Kolmogorov-Smirnov Z		1,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,197
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: SPSS21, 2024

Hasil uji normalitas tersebut menunjukkan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Jika $VIF > 10$ sekaligus nilai tolerancinya $< 0,10$ menandakan tidak mengalami multikolinieritas.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constan)	5,838	,643		9,075	,000		
	Kualitas Pelayanan	,075	,012	,261	6,036	,000	,785	1,274
	Lokasi	,139	,014	,437	9,864	,000	,748	1,336
	Fasilitas	,043	,012	,141	3,475	,001	,890	1,124

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: SPSS21, 2024

Ketiga variabel bebas menunjukka bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,838	,643		9,075	,000
	TOTAL Kualitas Pelayanan (X1)	,075	,012	,261	6,036	,000
	TOTAL Lokasi (X2)	,139	,014	,437	9,864	,000
	TOTAL Fasilitas (X3)	,043	,012	,141	3,475	,001
a. Dependent Variable: TOTALY						

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, maka mampu dirutis hasil persamaan regresi linier berganda sebagaimana berikut:

$$Y = 5,838 + 0,075 X_1 + 0,139 X_2 + 0,043 X_3$$

1. Nilai konstanta adalah 5,838 yang artinya jika kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian nilainya 0, maka Keputusan Pembelian akan bernilai sebesar 5,838.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X₁) bersifat positif sebesar 0,075 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,075 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien lokasi (X₂) bersifat positif sebesar 0,139 yang artinya jika variabel lokasi meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,139 dengan asumsi variabel lain tetap.

4. Nilai koefisien fasilitas (X_3) bersifat positif sebesar 0,043 yang artinya jika variabel fasilitas meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,043 dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji t

Hasil uji t dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

Tabel 4. Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	9,075	,000
	TOTAL Kualitas Pelayanan (X1)	6,036	,000
	TOTAL Lokasi (X2)	9,864	,000
	TOTAL Fasilitas (X3)	3,475	,001
Dependent Variable: Totaly			

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel tersebut terlihat bahwa terdapat t hitung untuk setiap variabel sedangkan t tabel diperoleh melalui tabel T (α : 0.05 dan df: n-3) sehingga α : 0.05 dan Df: 385-3 = 382 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,966. Maka dapat di ambil kesimpulan setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) nilai t_{hitung} sebesar 6,036 artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,036 > 1,966$) dan Tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0.05$ yang bermakna bahwa **H1 diterima**, maka ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Lokasi (X2) nilai t_{hitung} sebesar 9,864 artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,864 > 1,966$) dan Tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0.05$ yang bermakna bahwa **H2 diterima**, maka ada pengaruh lokasi terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel Fasilitas (X3) nilai t_{hitung} sebesar 3,475 artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,475 > 1,966$) dan Tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0.05$ yang bermakna bahwa **H3 diterima**, maka ada pengaruh fasilitas terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ditujukan agar mengetahui besar sumbangsih pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,440	,435	2,02897
a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2				
b. Dependent Variable: TOTALY				

Sumber; SPSS21, 2024

Berdasar uji koefisien determinasi didapat temuan penelitian bahwa variabel bebas yang diterapkan memberi pengaruh sejumlah 44%, yang terbukti dari $R^{\text{square}} = 0.440$.

D. SIMPULAN

Penelitian ini ditujukan agar mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, lokasi, fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café”. Metode yang diterapkan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif, dengan sampel sejumlah 385 responden. Instrument pada penelitian ini menggunakan system penyebaran pertanyaan atau kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café”. Lokasi, berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café”, dan Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi “Literia Forest Café”.

E. Saran

Berdasar simpulan yang mampu peneliti berikan pada beberapa pihak antara lain:

1. Untuk pelaku usaha, disarankan supaya senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan, Lokasi dan fasilitas dalam mengembangkan usaha dan senantiasa mengontrol aktivitas

yang dijalankan supaya terlaksana selaras dengan harapan dan mendapatkan hasil secara optimal.

2. Bagi konsumen diharapkan untuk pintar mencari berbagai informasi mengenai kedai kopi lainnya dan memberikan informasi tentang kedai kopi tersebut kepada Masyarakat lain agar Masyarakat juga mengenaal dan memutuskan pembelian terhadap kedai kopi Literia Forest Café.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar meneliti dengan menggunakan variabel lainnya, menggunakan teori dan cara analisis lainnya juga untuk menghasilkan penemuan baru yang dapat bermanfaat bagi semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Dewandi et al. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang*. 1–6.
- Gusti, I., Agung Maharani, A., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285.
- Imam Masduki, Marlina Siregar, B. H. R. (2023). Analysis of the relationship between organizational fairness, service quality, location, and facilities on purchasing decisions at the labong coffee shop. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 1846–1854.
- IndonesiaInvestmen.com.id. (2024). *Industri Kopi di Indonesia-Analisis Produksi, Ekspor dan Konsumsi Kopi di Indonesia*. IndonesiaInvestmen.Com.Id. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186?>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Sangadji, E. ., & Sopiah, M. (2016). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Penerbit Andi.
- siuwal, suprianto. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di McDonald's Jombor Yogyakarta*. <http://repository.stimykpn.ac.id/394/>

Snapcart.com. (2023). *Indonesia's coffee consumption trends in 2023*. Wwww.Snapcart.Com.
<https://snapcart.global/indonesias-coffee-consumption-trends-in-2023/>

Sofyan dkk. (2013). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas , melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–12.