

Analisis Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Tradisional Di Sumbawa

¹Reza Muhammad Rizqi, ²Rudi Masniadi

¹Prodi Akuntansi, Universitas Teknologi

²Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Teknologi Sumbawa

Article Info	Abstract
Article history: Received : 7 Juni 2022 Publish: 10 Juli 2022	<i>This study aims to determine (1) the effect of price on purchasing decisions at traditional restaurants in Sumbawa (2) the effect of quality on purchasing decisions at traditional restaurants in Sumbawa (3) the effect of location on purchasing decisions at traditional restaurants in Bengawan, Raberas Resto, Sidodadi in Sumbawa. This research includes associative quantitative research. The population in this study were all consumers at traditional food restaurants in Sumbawa. The sampling method used the criteria that are consumers who are over 17 years old. The type of data is primary data obtained from the results of filling out a questionnaire with a 4-point Likert scale assessment. The analysis prerequisite test includes a linearity test, normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test and the analytical technique used is multiple linear regression analysis.</i>
Keywords: <i>Decision of Purchase, Price, Quality, Traditional Restaurant</i>	
Info Artikel	ABSTRACT
Article history: Received : 7 Juni 2022 Publish: 10 Juli 2022	<i>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional di Sumbawa (2) pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional di Sumbawa (3) pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional di Bengawan, Raberas Resto, Sidodadi di Sumbawa. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada restoran makanan tradisional di Sumbawa. metode pengambilan sampel menggunakan kriteria yakni merupakan konsumen yang telah berusia diatas 17 tahun. Jenis data yakni data primer yang didapat dari hasil pengisian kuesioner dengan penilaian skala likert 4 poin. Uji prasyarat analisis meliputi uji linearitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas serta tehnik analisis yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda.</i>
	<p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p> 
Corresponding Author: ¹Reza Muhammad Rizqi ¹ Prodi Akuntansi, Universitas Teknologi Email Korespondensi: reza.muhammad.rizqi@uts.ac.id	

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era sekarang telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2018). Tidak terkecuali usaha dalam pakaian yang dimulai dari skala kecil seperti membuka lapak di pasar, dan hanya menjual melalui online, bisnis pakaian berskala menengah seperti distro dan butik, sampai dengan bisnis pakaian yang berskala besar seperti department store di mall-mall besar., “Kebutuhan merupakan tuntutan dasar manusia. Orang membutuhkan makanan, udara, air, pakaian, dan tempat berlindung untuk dapat bertahan hidup”. “Dalam Hierarki kebutuhan Maslow menjelaskan bahwa makanan merupakan salah satu kebutuhan psikologis manusia” (Kotler & Keller, 2018). Sebagai kebutuhan mendasar, makanan sangat penting bagi semua kalangan sehingga makanan dapat dijadikan prospek bisnis bagi perusahaan.

Saat ini sudah semakin banyak produsen makanan dan minuman yang memunculkan konsep penghidangan makanan yang mudah disajikan cepat dan efisien. Salah satunya adalah jenis makanan tradisional. karena restoran tradisional menjanjikan kepraktisan di tengah kesibukan masyarakat saat ini, (Sangaji, 2018). Salah satu faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan konsumen adalah harga. Penentuan harga produk atau jasa berpengaruh pada keputusan konsumen (Aulia, 2016). Dapat dikatakan bahwa harga itu penting untuk menjelaskan bagaimana pemasaran berhasil. Jadi “harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga memengaruhi alokasi faktor-faktor produksi”, Malau, (2016). Menurut Kotler (2018), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang. Selain harga, faktor lain yang diteliti secara menyeluruh dari harga adalah hubungannya dengan persepsi konsumen tentang kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Hakim (2016), menyatakan bahwa “harga merupakan indikator penting dari kualitas suatu produk kepada calon pembeli. Banyak pembeli menginterpretasikan harga tertinggi sebagai sinyal dari produk berkualitas tinggi”.

Faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen adalah pemilihan lokasi penjualan. Menurut Tyas (2015), pemilihan lokasi usaha yang tepat mampu memberikan pengaruh pada profit dan kontinuitas bisnis dan dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kabupaten Sumbawa memiliki kepadatan penduduk yang terus meningkat. Penduduk Sumbawa mengalami peningkatan sebesar 4.401 penduduk pada tahun 2016 (BPSS, 2018). Semakin meningkatnya jumlah penduduk mengakibatkan kebutuhan makanan juga semakin meningkat, dan mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis di bidang restoran (Rimbun, 2016). Dari latarbelakang masalah dan penelitian-penelitian sebelumnya maka dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

- H1:** Harga mempunyai berpengaruh keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa.
- H2:** Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa.
- H3:** Lokasi Berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, Menurut Sugiyono (2018), penelitian asosiatif adalah hipotesis yang dirumuskan untuk memberikan jawaban pada pertanyaan yang bersifat hubungan atau pengaruh. Seperti hubungan simetris, kausal dan interaktif atau timbal balik. Penelitian ini akan melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, dan lokasi dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada restoran makanan tradisional pada Bengawan, Raberas Resto, dan Rumah Makan Bu Mini di Sumbawa. Menurut jenis data yang dikumpulkan, penelitian ini termasuk dalam jenis pendekatan kuantitatif.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah keseluruhan pengunjung atau pelanggan konsumen yang membeli makanan di Resto makanan Cepat saji di Bengawan, Raberas Resto, dan Rumah Makan Bu Mini di Sumbawa. Tehnik pengambilan sampel menggunakan *Convenience Sampling* dan *Purposive Sampling* dimana *Convenience Sampling* adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang terdekat

saja. *Purposive Sampling* metode penetapan responden yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu (Swastha, 2018). Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen minimal 17 tahun keatas, yang telah membeli dan mengonsumsi makanan di Rumah Makan Tradisional pada Bengawan, Raberas Resto dan Rumah Makan Bu Mini di Sumbawa.

Tehnik Analisis Data pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda, menurut Widiyanto (2018) model regresi linier berganda dapat disebut baik jika terbebas dari asumsi- asumsi klasik statistik. Penelitian ini akan dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas., dengan SPSS 25 digunakan sebagai alat analisisnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi makanan tradisional di Bengawan, Raberas Resto, dan Rumah Makan Bu Mini Sumbawa. Berdasarkan data dari 100 responden yang membeli dan mengonsumsi makanan tradisional Sumbawa.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas		Unstandar dized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82891636
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.060
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.639
Asymp. Sig. (2-tailed)		.734

Sumber: Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan besarnya nilai signifikan uji Kolmogrov Smirnov adalah 0,734 lebih besar dari 0,05, maka disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal, dengan demikian semua variabel bebas dan terikat berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Tabel 2 Uji Linearitas masing-masing variabel independen

Variabel	Signifikan
Harga	0.013
Kualitas	0.015
Lokasi	0.000

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji linearitas Tabel 2 diketahui bahwa harga, kualitas dan lokasi memiliki hubungan yang linier dengan variabel keputusan pembelian. Karena ketiga variabel tersebut memiliki angka signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,013, 0,015 dan 0,000.

c. Uji Multikonlinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikorelanitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,863	1,065	Tidak terjadi multikolinearitas

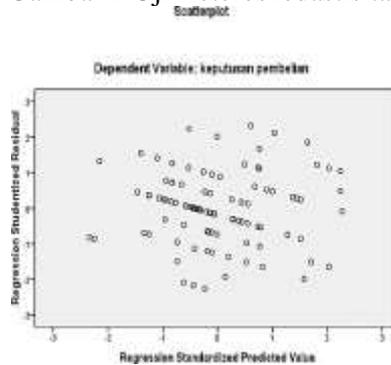
Kualitas	0,724	1,043	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi	0,810	1,036	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *tolerance* ketiga variabel bebas berada diatas angka 0,10 demikian pula nilai VIF semuanya dibawah angka 10, maka dapat di simpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heterokedastisitas

Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS

Pada Gambar 1 di atas dapat dilihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, dengan demikian asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

2. Uji Hipotesis

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien regresi	Standar eror	Sig
Harga(X1)	0,335	0,108	0,028
Kualitas(X2)	0,342	0,116	0,023
Lokasi(X3)	0,365	0,123	0,001
Konstanta		:3,735	
Koefisien Determinasi (R2)		: 0,681	
N		100	

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis uji regresi diatas maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 3,735 + 0,335X1 + 0,342X2 + 0,412X3$

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	T	Sig
Harga (X1)	2,225	0,028
Kualitas (X2)	2,364	0,023
Lokasi (X3)	3,343	0,001

Sumber: Output SPSS

Pada Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa harga (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin terjangkau harga suatu barang maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen terhadap barang tersebut, dengan demikian hipotesis 1 diterima: Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel harga dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan harga yang konsisten. Harga yang sesuai dengan produk yang diterima konsumen akan memengaruhi keputusan pembelian. Harga makanan tradisional di Sumbawa yang beragam sesuai dengan menu yang dipilih membuat konsumen merasa bahwa harga makanan tradisional di Sumbawa cukup terjangkau sesuai dengan daya beli

konsumen. Dalam menentukan keputusan pembelian informasi tentang harga merupakan hal yang sangat dibutuhkan konsumen dimana persepsi konsumen mengenai harga dapat dijadikan sebagai standarisasi kualitas produk berdasarkan nilai harga pada produk tersebut (Aulia, 2016). Harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa (Utami, 2018) Dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa koefisien untuk variabel harga bernilai positif. Hal ini berarti juga harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil ini membuktikan hipotesis pertama bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung pendapat beberapa teori dan penelitian-penelitian terdahulu, salah satunya adalah penelitian Ali (2017), yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Santoso (2016), Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada Variabel Kualitas (X2) menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin baik kualitas suatu barang maka keputusan pembelian terhadap barang tersebut akan meningkat juga. berarti hipotesis 2 diterima: Kualitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pada hasil di atas maka fenomena yang dimunculkan dalam hasil penelitian ini adalah, konsumen tetap mempertimbangkan kualitas dalam menentukan keputusan pembelian, karena objek penelitian dalam penelitian ini telah populer lebih dan tetap menjadi langganan masyarakat Sumbawa sehingga kualitas produk seperti rasa, rupa dan penyajian yang di tawarkan tetap menjadi faktor penting dalam larisnya makanan pada rumah makan tersebut untuk tetap beroperasi sampai saat ini. Dengan demikian penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus, (2018) dan Kholidah (2016), Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, Dimana merek dan kualitas telah dikenal oleh banyak orang dan perusahaan tetap ingin mempertahankan kualitas produknya di mata pelanggan, agar pelanggan tidak dapat berpindah ke produsen yang baru.

Kemudian pada Variabel lokasi (X3) menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin mudah dijangkaunya lokasi tempat pembelian suatu produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap barang atau produk tersebut, dengan demikian hipotesis 3 diterima: Lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Asrory (2018) dan Hakim (2016), strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan, perusahaan akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat atau dijangkau oleh konsumen. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Tradisional Sumbawa Bengawan, Raberas Resto, dan Sidodadi di Sumbawa. Dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan pendapat beberapa teori dan penelitian-penelitian terdahulu, salah satunya adalah penelitian Saputro dan Khazanah (2016), yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisiendeterminasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel bebas (Harga, Kualitas dan Lokasi) secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.681 atau 68%. Jadi dapat dikatakan bahwa 68% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas dan lokasi Sedangkan sisanya 32% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang telah diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa. Karena harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan daya beli Masyarakat Sumbawa selaku konsumen.
2. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa. Kualitas dari makanan tradisional merupakan hal yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, karena objek penelitian dalam penelitian ini telah populer dan menjadi tempat yang diminati berdasarkan pada kualitas rasa dari makanan Tradisional khas Sumbawa.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Tradisional Sumbawa di Sumbawa. Karena lokasi restoran yang berada di pusat keramaian dan perbelanjaan serta mudah dijangkau oleh konsumen.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran. Adapun saran-saran yang diberikan:

1. Bagi peneliti atau pembaca selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Dan diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah jumlah variabel dan jumlah sampel pada penelitiannya. Sehingga dapat memberikan informasi terbaru.
2. Bagi para pengelola restoran makanan tradisional di Sumbawa, sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, seperti kualitas rasa makanan, porsi, tampilan, tingkat kematangan dan aroma makanan. Mengingat bahwa kualitas produk yang ditawarkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan meningkatnya kualitas produk, maka nilai kepuasan konsumen akan menjadi lebih baik lagi, sehingga bisa menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian dan mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke pesaing lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ali R.T. & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Vol 6 No 9 Hal 1-20
- Assrory & Mashariono. (2017). Pengaruh Kualitas, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Lazziza Chicken dan Pizza Jombang. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Vol 6 No. 2 Hal 1-21
- Aulia, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Depot Pak Qomar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol.3. No.3
- Badan Pusat Statistik Sumbawa (BPSS). (2018). Sumbawa dalam Angka 2017. Sumbawa: BPSS
- Hakim, M.D., & Yahya. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmu dan Riset Pemasaran*. Vol.5 Hal 1-9
- Kholidah, N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Nasi Krawu di Kota Gersik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol.3. No.3
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Malau, Harman. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: ALFABETA
- Priyatno, D. (2015). *Paham Analisa Statistik dengan SPSS plus! Tata Cara dan Tips Untuk Menyusun skripsi dalam Waktu Singkat*. Yogyakarta: Mediakom
- Rawung, R.,D. & Orob, G.,S. & Sumarauw, S.,j. (2015). Analisis Lokasi, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Zuzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No 3. Hal 1298-1308
- Rimbun, P. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Waralaba di Kota Padang. Universitas Andalas

- Sangadji, M.E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk, Layanan, Harga dan Atmosfere Rumah Makan Tradisional Sumbawa Tradisional terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 15 No. 1
- Saputro & Khazanah (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Flo Cafe. *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 4 Hal 1-20
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Tyas & Setiawan. (2015). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.3 No. 2 Hal 277-297
- Utami, C.,W. (2018). *Manajemen Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widiyanto, Ibnu. (2018). *Metodologi Penelitian*. Semarang: UNDIP
- Yunus, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Lingkungan Fisik Terhadap Pembelian Ulang pada Warung Kopi Harapan J2 di Kota Palu. *Jurnal Katalogis* Vol.2 No.2 Hal 1-12.