

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ROASTEREE CAFÉ

The Effect of Price and Location on Purchasing Decisions at Roasteree Café

Dewi Kirana Larasasti, Rosie Oktavia Puspita Rini

Manajemen Kuliner, Batam Tourism Polytechnic, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Sekupang, 29425, Indonesia

ABSTRACT

The variables in this study are Price (X1), Location (X2) and Purchase Decision (Y). The purpose of this study is to know the influence of price on decision purchasing, location on decision making, and influence of price and location on purchasing decision at Roasteree Café. This research used questionnaires instrument to 117 respondents. The researcher used a tool, named SPSS to get the result of the data. The researcher used it to get the result of validity, reliability, classic assumption, simple regression, multiple regression analysis, and hypothesis test. The result showed that the first variable (price) has influence on purchase decision at Roasteree Café, the second variable (location) has influence on purchase decision at Roasteree Café, and the last result showed that price and location has influence on purchase decision at Roasteree Café.

Keywords: Price, Location, Purchase Decision.

ABSTRAK

Variabel dalam penelitian ini adalah Price (X1), Location (X2) dan Purchase Decision (Y). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga keputusan pembelian, lokasi pengambilan keputusan, pengaruh harga dan lokasi keputusan pembelian pada Roasteree Café. Penelitian ini menggunakan alat kuesioner kepada 117 responden. Peneliti menggunakan alat bantu, bernama SPSS untuk mendapatkan hasil datanya. Peneliti menggunakannya untuk mendapatkan hasil validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (harga) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Roasteree Café, variabel kedua (lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Roasteree Café, dan hasil terakhir menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Roasteree Café.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Di jaman globalisasi yang sedang berlangsung dunia bisnis saat ini berkembang pesat, salah satunya adalah bisnis kuliner. Jumlah bisnis yang melonjak menyebabkan peningkatan jumlah bisnis kuliner sejenis yang menyebabkan persaingan semakin banyak. Maka untuk mengelola keadaan dan kondisi seperti itu, visioner bisnis harus mampu dan cepat serta tanggap dalam mengambil pertimbangan terhadap kepentingan pembeli dengan melihat kebutuhan dan keinginan serta pemenuhan administrasi merupakan komponen *indispensable* bagi hasil bisnis di tengah pesatnya persaingan. Semakin puas asumsi bagi pembeli, jelas pembeli akan semakin terpenuhi. Sebuah bisnis harus memiliki sistem dalam menjual makanannya, sehingga pembeli dapat mengikuti atau lebih meningkat jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan belanja secara berulang.

Ada beberapa pilihan Café di sekitar Batam, banyak hal yang dipikirkan pelanggan hingga pilihan untuk memilih Café tertentu. Café para eksekutif berusaha untuk memenuhi desain yang diinginkan oleh pembeli, baik itu kualitas penyuguhan, dan biaya, atau lokasi, sehingga mereka dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka. Dengan asumsi ini, (harapan) pembeli berharap kualitas penyuguhan dan biaya lokasi di Café, oleh karena itu berhasil atau tidak

suatu Café dalam berintraksi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas penyuguhan yang terbaik dari harga yang terjangkau dan lokasi yang terjangkau juga.

Salah satu Café yang ingin dianalisa yaitu Roasteree Café merupakan usaha yang menjual minuman *Signature, Tea, Coffe, Frappe, Latte, Smoothies, Infused Water, Mixed Smoothies, Beer Bucket/Jug, Beer By Bottle*, biasanya minuman ini banyak digemari oleh semua kalangan. Minuman dan makanan ini dikemas secara menarik dimana terletak di kota Batam tepatnya lokasi Baloi. Roasteree Café bentuknya seperti *Restaurant Cafe* dan bukan Ruko jadi terlihat sangat unik.

Roasteree Café ini didirikan oleh Bapak Tonghom seorang keturunan Tionghua yang berasal dari Batam. Roasteree Café pada awalnya berasal dari kopi tiam kemudian berubah menjadi Roasteree Café pada tanggal 14 Maret 2016 sampai dengan sekarang. Roasteree Café merupakan suatu Restoran kemudian salah satu Manager ditarik dari Denpasar tidak biasa memegang Restoran karena lebih untung berkecimpung di dunia intertainment dan lebih cenderung berkecimpung di dunia entertainment maka Café ini diganti menjadi nama Roasteree Café seperti sekarang menyediakan ada *livemusik, club malam*, dan ada kuliner.

Pusat Roasteree ini berlokasi di Batu Selicin, Lubuk Baja, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444 dan belum mempunyai cabang tersendiri. Lokasi tersebut cukup strategis karena dekat dengan Mall BCS, Grand Mall,

pedagang kaki lima, hotel tempat menginap para wisatawan. Maka dari itu setiap hari *Café* ini sering dikunjungi oleh wisatawan yang sering berkunjung ke lokasi tersebut.

Roasteree Café sering dikunjungi oleh wisatawan kota batam. Kebanyakan tamu nya keturunan Tionghua karena cenderung ke *club* malam. Rata rata tamunya yaitu 90% Tionghua 10% pribumi. Untuk menu makanan *Roasteree* ini menyediakan menu bermacam-macam dari Nusantara seperti *Maincourse, Soup, Appetizer, dan Dessert*.

Harga jual yang diterapkan di *Roasteree Café* terdiri dari harga yang tergolong cukup mahal. Harga yang dijual berkisar Rp.25.000 hingga Rp.400.000. *Roasteree Café* menyediakan menu yang sangat banyak. Berikut Tabel menu makanan dan minuman di *Roasteree Café*.

Selain itu *Roasteree Café* cukup menarik dan memiliki desain yang bagus dan juga pemandangan yang sangat nikmat untuk bersantai, kalau dilihat dari jauh seperti rumah kecil yang estetik dan lampu yang sangat bagus akan tetapi di dalam keunikan ini ada terdapat permasalahan dari *Roasteree Café* ini adalah dari segi lokasi sangat bagus tetapi *Café* ini memiliki parkir yang cukup sempit dan tidak tertata rapi, dari segi harga cenderung mahal dan rata-rata pembeli orang Tionghoa. *Roasteree Café* ini cenderung dikunjungi oleh orang-orang Tionghoa, karena konsepnya memang *club* malam sehingga memiliki pasar terutama pada hari sabtu dan jumat khususnya segmen kalangan tertentu.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di *Roastree Café*."

2. BAHAN DAN METODE

2.1 Bahan

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan. Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya alat tulis, dan kuesioner.

2.2 Metode

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Peneliti mengamati aspek-aspek yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti secara lebih spesifik, sehingga diperoleh data yang menunjang dalam penyusunan laporan penelitian ini untuk diproses dan dianalisis. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data ordinal dengan menggunakan alat analisis berupa korelasi dengan bantuan instrumen kuesioner yang diberikan kepada responden yang menjadi sampel dengan bantuan software berupa SPSS dengan menggunakan Skala Likert.

Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan manager *Roasteree Café* yang berlokasi di Batu Selicin, Lubuk Baja, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444. Observasi dilakukan untuk mengetahui pihak *Café* terkait dengan keputusan pembelian dan harga yang diterapkan, sementara wawancara dilakukan dengan berdiskusi atau tanya jawab secara langsung kepada manager *Roasteree Cafe* untuk mengetahui harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Data data yang diperoleh,

kemudian dicatat dengan sistematis untuk mengetahui pengaruh yang terjadi di *Roasteree Café*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan uji korelasi (Uji-t), dan (uji-f hipotesis secara simultan), uji koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebagai berikut:

3.1 Hasil (Uji-t)

Tabel 3.1 Hasil Uji-t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.884	1.826	5.413	.000
	Harga (X ₁)	.309	.121	.212	.01
	Lokasi (X ₂)	.979	.123	.660	.000

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa:

1. Variabel Harga (X₁) T_{hitung} Harga (X₁) 2,554 > t_{tabel} 1,890, maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café* mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Variabel Lokasi (X₂) T_{hitung} harga X₂ 7,964 > t_{tabel} 1,890 maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café* mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain uji-t, uji-F juga perlu dilakukan dalam penelitian ini. Nilai F tabel penelitian menggambarkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Nilai uji-F dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

Tabel 3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3495.209	2	1747.605	134.379	.000 ^b
	Residual	1495.579	115	13.005		
	Total	4990.788	117			

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, diperoleh nilai F adalah 134.379, maka F_{hitung} 134.379 > F_{tabel} 0,1801, maka H_a diterima H_o ditolak.

Kesimpulan dari perbandingan tersebut adalah harga (X₁) dan lokasi (X₂) berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Roasteree Café*.

3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.700	.695	3.6062

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X₂), Harga (X₁)

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai R
Memberikan arti bahwa hubungan variabel harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di *Roasteree Café* 83,7% dimana hasil ini menunjukkan hubungan antar variabel yang kuat.
2. Nilai R^2 (R^2_{square})
Nilai R^2 atau R^2_{square} yang diperoleh adalah 0,700 yang memiliki arti bahwa pengaruh harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café* adalah sebesar 70,0% dan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor yang lain yang tidak dimasukkan di dalam model regresi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa harga makanan di *Roasteree Café* sangat mahal rata-rata pembeli non pribumi.
2. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan lokasi nya yang strategis akan tetapi ada kekurangan di lokasi yaitu tempat parkir nya yang sempit dan tidak luas sehingga tempat parkir mobil dan motor tidak tertata rapi.
3. Harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Roasteree Café* karena kedua faktor tersebut merupakan faktor penting yang tentunya harus diperhatikan dan dimaksimalkan fungsinya agar keputusan pembelian juga ikut meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551–562.
- Buyung, S., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico*, 16(4), 376–386.
- Ekowati, S., Finthariasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Nurhab, B. (2020). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rocket Chicken Karangjati). *Program Studi Manajemen, Institut Teknologi Dan Bisnis Semarang*, 5(2), 16–26.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kota Pati. In *Jurnal STIE Semarang* (Vol. 8, Issue 2). STIE SEMARANG.

- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 2018, Hal: 73 - 83, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>
- Sopian, A. . (2017). *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung)*.
- Tohirin, A. (2021). *Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)*.
- Wicaksana, A. (2016). Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.