

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, LOCATION ON PURCHASING DECISIONS

(Consumer Studies RM. Coto Makassar 3 & Seafood in Takalar County)
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Konsumen RM. Coto Makassar 3 & Seafood di Kabupaten Takalar)

Muh. Asbar

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin ;email@email.com
asbarmuhammad776@e-mail.com

Abstrak

Muh. Asbar, Sohra Syam, Wisnu Tri Sardi. 2023. The purpose of the study is to evaluate how RM's buying decision is affected by service quality, cost, and location. seafood from Takalar Regency and Kotoma Kassar 3. There were one hundred buyers or consumers present. In this work, the transverse sampling approach was employed in conjunction with the Lemeshow equation as a sample methodology. The information used is the survey's raw data. Utilize multiple regression analysis to analyze your data. Using the SPSS version 25 program, examine the survey's results. The computed value of 3.590 is more than Table 1.984 since the outcomes of processing QoS data have a substantial influence on purchasing decisions, and the crucial value of 0.001 is less than 0.05 (0.0010.05) because of this. If the calculated value is -0.930 (less than Table 1.984) and the significant value is 0.355 and more than or 0.05 (0.3550.05), the processing of price data has no impact on the purchase decision. The outcome of processing location data for a calculated value of 1.080 less than ttable 1.984 and a significant value of 0.283 (0.2830.05) larger than or 0.05 also suggests that location has no bearing on consumers' purchasing decisions.

Keywords: cost, level of service, choice of retailer, and location.

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi yang semakin meluas, di Indonesia sendiri terjadi peningkatan persaingan di antara para pebisnis di beberapa industri, termasuk industri makanan. Industri makanan saat ini sedang mengalami persaingan yang ketat dan telah muncul sebagai kebutuhan masyarakat yang paling krusial. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis makanan Indonesia telah berkembang cukup cepat. Banyak pelaku usaha yang berusaha melakukan bisnis di sektor tersebut dan mengakui bahwa sektor kuliner merupakan salah satu jenis UMKM yang keberadaannya menjadi penyanga perekonomian negara dan inovasi serta penemuan baru produk-produknya (Effendi, 2021)

Untuk melestarikan pasar dan menang dalam persaingan, pemilik usaha harus cepat bertindak ketika membuat penilaian . Menurut Alma (2013), unsur-unsur diantaranya bisnis, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, iklan, sehingga prosedur akan mempengaruhi pendapat konsumen. Dengan pola pikir ini, pelanggan akan mengelola semua fakta yang ada dan membuat keputusan pembelian.

Tindakan mempengaruhi klien potensial untuk membeli melalui strategi komersial. Keputusan untuk membeli dapat mempengaruhi bagaimana keputusan dibuat. Saat memilih apakah akan membeli produk, pembeli mempertimbangkan berbagai kriteria. Untuk menarik pelanggan, pelaku usaha harus menyadari unsur-unsur yang harus diperhitungkan (Harahab et al., 2021).

Kualitas layanan adalah salah satu elemen yang mempengaruhi pilihan pembeli. *Service excellence* adalah pendekatan yang menguntungkan untuk meningkatkan jumlah konsumen baru, mempertahankan klien yang sudah ada, mencegah klien keluar, dan menciptakan keunggulan kompetitif (Harini, 2019). Saat melakukan pembelian, ekspektasi pelanggan diukur dari segi kualitas pelayanan, yang juga mempengaruhi sikap dan psikologi pelanggan (Nurlia, 2019).

Salah satu penentu utama penjualan adalah harga; Banyak bisnis gagal sebagian akibat dari penetapan harga yang tidak selaras. Harga memiliki dampak signifikan pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian karena tergantung pada tingkat pendapatan mereka. Harga adalah pertimbangan bagi konsumen ketika melakukan pembelian karena memiliki efek pada persepsi pembeli terhadap produk (Situmeang, 2017).

Lokasi adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan.. Konsumen yang sedang membutuhkan akan resah dan melirik daerah-daerah yang sering dilalui banyak orang sebagai target kebutuhan. Pilihan lokasi terkait dengan komitmen jangka panjang terhadap komponen yang membentuk modal insentif ketika bisnis menyelidiki, memilih, dan memilih lokasi yang sensitif terhadap potensi perubahan ekonomi, dan peraturan di masa depan (Tjiptono, 2014).

Kebutuhan individu di kota-kota besar, menurut Direktur Parama Indonesia Agni Pratama, inilah yang memicu peningkatan industri kuliner. Menurut yang lain, cara hidup masyarakat membuat industri makanan lebih potensial. Misalnya, perusahaan katering online dapat menghasilkan pendapatan puluhan juta hingga ratusan juta rupiah. Informasi serupa dapat ditemukan dalam laporan Bekraf dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Pada hari yang sama, Deputi Akses Modal Bekraf Fadjar Hutomo menyatakan bahwa industri makanan berkontribusi paling besar terhadap ekonomi kreatif. Tiga dari 16 industri, menurut Fadjar, menyumbang 30% dari output ekonomi kreatif. Ketiga industri tersebut adalah kerajinan tangan, pakaian jadi, dan makanan. Hingga 34% berasal dari industri kuliner.

Tempat rumah makan Coto Makassar 3 dan Seafood ini terletak di Jalan Jenderal Sudirman di Kabupaten Takalar. Tempat ini makan ini merupakan salah satu usaha kecil yang beroperasi secara mandiri. Tempat makan ini memiliki berbagai pilihan hidangan, tetapi menu makanan yang disajikan memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan pesaingnya, termasuk tempat parkir yang cukup besar, pelayanan yang ramah, suasana yang ramah, dan harga yang wajar.. Mengingat konteks ini, peneliti melakukan penelitian untuk menentukan apakah faktor-faktor seperti kualitas layanan, biaya, dan lokasi berdampak pada pilihan pembeli.

B. METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Coto Makassar dan Seafood Jendral Sudirman, Desa Bajeng, Kabupaten Takalar.

2. Metode Pengumpulan Data

Kuesioner digunakan sebagai strategi untuk mendapatkan dan mengumpulkan data untuk penyelidikan ini. Sesuai dengan jawaban diberikan, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup. Menurut Purwanto (2018), peneliti menggunakan teknik skala Likert, yang dimaksudkan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial, untuk mengukur tanggapan responden.

3. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel bebas

Dari sumber manapun (2017) Situmeang Banyak gejala dengan berbagai komponen atau fitur, disebut sebagai variabel independen, dapat digunakan untuk memprediksi atau berdampak pada keberadaan variabel dependen. Tiga faktor independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi (X3), harga (X2), dan kualitas layanan (X1).

b. Komponen Dependental

Situmeang (2017) Kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel dependen penelitian. Sekelompok gejala yang memiliki fitur atau komponen tertentu yang dipengaruhi atau ditentukan oleh keberadaan variabel lain disebut sebagai variabel dependen.

4. Metode Analisis Data

Aplikasi SPSS akan digunakan untuk memeriksa secara statistik data penelitian yang diperoleh untuk mendukung kesimpulan penelitian. Uji validitas untuk kuesioner, reliabilitas, multikolinearitas, validitas hipotesis, dan uji asumsi klasik semuanya akan dilakukan Uji validitas data:

Layanan dengan Kualitas Variabel

Tabel 1. Uji Validitas X1

Variabel Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,742	0,197	Valid
X1.2	0,702	0,197	Valid
X1.3	0,754	0,197	Valid
X1.4	0,631	0,197	Valid
X1.5	0,342	0,197	Valid
X1.6	0,444	0,197	Valid
X1.7	0,368	0,197	Valid
X1.8	0,644	0,197	Valid
X1.9	0,470	0,197	Valid
X1.10	0,616	0,197	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan menghasilkan nilai hitung dan nilai positif, menunjukkan validitas setiap item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Uji Validitas X2

Variabel Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,741	0,197	Valid
X2.2	0,818	0,197	Valid
X2.3	0,739	0,197	Valid
X2.4	0,804	0,197	Valid
X2.5	0,216	0,197	Valid
X2.6	0,697	0,197	Valid
X2.7	0,685	0,197	Valid
X2.8	0,426	0,197	Valid

Setiap item pernyataan adalah alat pengukuran variabel harga yang memberikan nilai $r_{cal} > r_{table}$ dan nilai positif, seperti yang ditunjukkan pada tabel terlampir, maka semua item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap sah.

Tabel 3. Uji Validitas X3

Variabel Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,746	0,197	Valid
X3.2	0,797	0,197	Valid
X3.3	0,733	0,197	Valid
X3.4	0,804	0,197	Valid
X3.5	0,205	0,197	Valid
X3.6	0,713	0,197	Valid
X3.7	0,705	0,197	Valid
X3.8	0,367	0,197	Valid

Berdasarkan temuan tabel ini, yang menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk menilai variabel lokasi memberikan nilai yang dihitung dan nilai positif, semua item kuesioner untuk penelitian ini dapat dianggap sah.

Tabel 4. Uji Validitas Y

Variabel Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,714	0,197	Valid
Y.2	0,641	0,197	Valid
Y.3	0,729	0,197	Valid
Y.4	0,522	0,197	Valid
Y.5	0,264	0,197	Valid
Y.6	0,338	0,197	Valid
Y.7	0,258	0,197	Valid
Y.8	0,632	0,197	Valid
Y.9	0,487	0,197	Valid
Y.10	0,492	0,197	Valid

Tabel ini menunjukkan faktor-faktor yang terkait dengan keputusan pembelian menghasilkan nilai komputasi positif, dan penelitian ini dianggap data diterima.

Uji Realibilitas

Kuesioner untuk berfungsi sebagai indikator variabel adalah bagaimana mengukur ketergantungannya. Semua item pernyataan dapat dikenakan pemeriksaan keandalan secara simultan. Alat yang dapat dipercaya akan menghasilkan hasil yang konsisten bila digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama. Jika $> 0,60$, dapat diandalkan. Selanjutnya adalah temuan uji reliabilitas dari penelitian sebelumnya:

Tabel 5. Uji Relabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,776	,773	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,800	,797	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,793	,789	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,696	,686	10

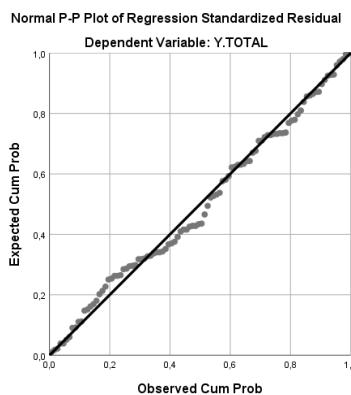
Item pernyataan dianggap dapat diandalkan karena, seperti dapat dilihat dari tabel Cronbach alpha dari variabel lebih baik dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Grafik histogram, plot p-p, dan kolmogrov-Smirnov semuanya dapat digunakan untuk mengidentifikasi hasil uji normalitas pada sampel. Menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dari Windows, berikut ini dapat dikatakan tentang cara melihat data normal dan menyimpang.

1. Model regresi sesuai dengan kondisi normalitas jika data di sekitar garis diagonal, arahnya, atau dalam grafik histogram model regresi menunjukkan pola terdistribusi secara teratur.
2. Informasi harus tersebar luas dari garis diagonal dan mematuhi arah garis diagonal, atau memiliki pola distribusi normal pada grafik histogram untuk model regresi agar memenuhi kriteria normalitas.
3. Jika nilai signifikan dari tes Kolmogrov-Smirnov lebih dari atau sama dengan 5%, H_0 dianggap valid.



Gambar 1
Uji Normalitas-Normal Probability Plot

Grafik yang disebutkan di atas Bentuk reguler data, yang tidak condong ke kanan atau kiri, menunjukkan bahwa distribusi data normal. Titik (data) terlihat pada garis diagonal pada gambar di atas. Dengan menganalisis grafik plot probabilitas normal, dapat dilihat bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Asumsi konvensional multikolonisitas dievaluasi agar melihat hubungan antara varibel. Uji multikolonisitas dilaksanakan ketika model regresi mencakup sejumlah variabel independen. Teknik yang paling umum digunakan oleh akademisi untuk memastikan apakah ada masalah multikolonialitas dengan model regresi adalah memeriksa nilai-nilai Toleransi dan VIF. Jadi tidak ada indikasi multikolinearitas apabila nilai toleransi lebih besar dari $>0,100$ dan VIF kurang dari 10,00.

Tabel. 6 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc	VIF
1	X1.Total	,881	1,136
	X2.Total	,907	1,102
	X3.Total	,809	1,236

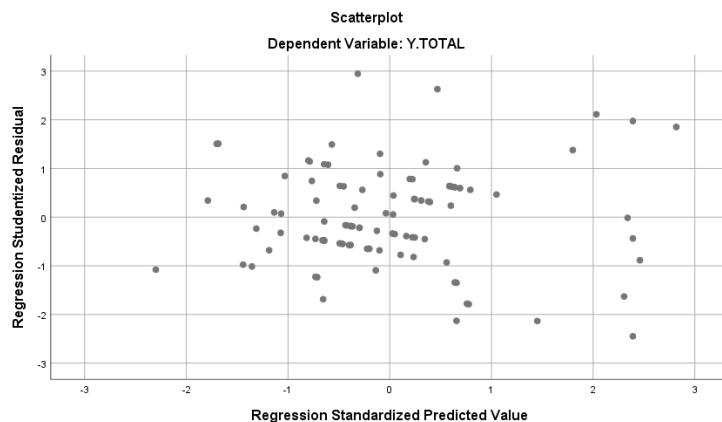
Y.Total adalah variabel dependen.

Nilai toleransi Pada tabel di atas, nilai $> 0,100$ dan VIF 10,00 menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak ada dalam model yang disarankan penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Prasyarat berikut harus dipenuhi agar pengujian plot sebar valid untuk model regresi yang tidak memiliki heteroskedastisitas:

1. Data atau titik ada di atas, di bawah, atau sangat mendekati nol.
2. Tidak ada pengelompokan langsung titik-titik di atas atau di bawahnya.
3. Tidak ada pola dalam distribusi titik data.



Gambar. 2

Uji Heteroskedastisitas / Grafik Scatterplot

Analisis menggunakan regresi linier berganda. Grafik scatterplot pada gambar 2 di atas, yang menampilkan hasil uji heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa heteroskedastisitas tidak ada karena tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tentukan dampak dua atau lebih variabel independen (x) pada variabel dependen (y) menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05 alfa.

Tabel. 7
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20,876	4,471		4,669	,000
X1.Total	,327	,091	,366	3,590	,001
X2.Total	-,081	,087	-,093	-,930	,355
X3.Total	,097	,090	,115	1,080	,283

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	X3.Total, X2.Total, X1.Total ^b	.	Enter
---	---	---	-------

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. All requested variables entered

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Err of the Estimate
1	,349 ^a	,122	,094	2,57

A. Predictors: (Constant), X3.Total, X2.Total, X1.Total

B. Dependent Variable: Y.Total

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,238	3	29,413	4,427	,006 ^b
	Residual	637,872	96	6,644		
	Total	726,110	99			

Persamaan regresi dihitung menggunakan hasil SPSS yang ditunjukkan di atas dan adalah sebagai berikut:

$$Y = 20,876 + 0,327 X_1 + (-0,081) X_2 + 0,097 X_3$$

- Rumah makan ini memiliki nilai konstan 20.876, yang menunjukkan bahwa opsi beli ada di RM bahkan tanpa adanya variabel independen atau ketika nilainya 0.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel mutu pelayanan adalah 0,327, yang berarti apabila tingkat pelayanan naik satu unit di Coto Makassar 3 & Seafood di Kabupaten Takalar, masyarakat akan lebih memilih mengeluarkan uang lebih banyak di sana.
- Variabel harga memiliki koefisien regresi sebesar -0,081, artinya jika harga dinaikkan satu unit, pelanggan akan memilih rumah makan ini daripada yang lain.
- Pilihan untuk membeli RM. Koefisien regresi variabel lokasi yang memiliki nilai 0,097 menunjukkan bahwa jika lokasi bertambah satu meningkat dengan jumlah 0,097.

Uji Hipotesis

Uji Determinasi (R^2)

(R^2 yang disesuaikan) Koefisien determinasi memberikan informasi tentang seberapa dekat variabel independen dengan variabel dependen dalam hal pengaruh langsung, atau apakah aplikasi model sesuai. Antara 0 dan 1, koefisien determinasi dapat berkisar nilainya. Jika nilai R^2 yang disesuaikan kecil (sekitar nol), jumlah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sangat dibatasi. Variabel independen hampir sepenuhnya sesuai dengan kriteria untuk memprediksi variabel dependen ketika Adjusted R^2 mendekati 1.

Tabel. 8
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,349 ^a	,122	,094	2,578

Jelas dari tabel di atas bahwa nilai R square 0,122 sesuai dengan 11%. Ini menunjukkan bahwa RM menerima 11% dari semua pilihan pembelian. Kaliber layanan, biaya, dan lokasi Coto Makassar 3 & Seafood di Kabupaten Takalar semuanya mempengaruhi keberhasilan mereka. Sisanya 89% kemudian dijelaskan oleh faktor-faktor tambahan yang tidak diperiksa.

(Uji T)

Tingkat signifikan 5% (0,5 adalah statistik standar yang sering digunakan dalam penelitian sebagai cutoff.

Rumus perhitungan tabel:

$$(N - K - 1)$$

$$100 - 2 - 1 = 98 = 1,984$$

Tabel. 9
Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	20,876	4,471		4,669	,000
X1.TOTAL	,327	,091	,366	3,590	,001
X2.TOTAL	-,081	,087	-,093	-,930	,355
X3.TOTAL	,097	,090	,115	1,080	,283

Y.Total adalah variabel dependen.

- Nilai estimasi sebesar 3,590 pada tabel ini lebih tinggi dari nilai estimasi sebesar 1,984 pada tabel dan nilai signifikan sebesar 0,001 kurang dari atau sama dengan 0,05 (0,0011,05), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.
- Nilai estimasi -0,930 pada tabel ini kurang dari tabel 1,984, dan nilai signifikan 0,355 lebih dari 0,05 (0,3541,05), menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh pada opsi beli.
- Nilai hitung 1,030 pada tabel ini lebih kecil dari tabel 1,984, dan nilai signifikan 0,283 lebih besar dari atau 0,05 (0,2830,05), menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

(Uji F)

Membandingkan nilai Fcalculate dan Ftable, pengujian dijalankan. Faktor-faktor independen secara kolektif (simultan) secara signifikan mempengaruhi variabel dependen jika Fcalculate > Ftable dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), dan sebaliknya berlaku jika Fcalculate < Ftable.

Rumus menghitung F_{tabel} :

$$(N - K) \\ 100 - 2 = 98 = 3,09.$$

Tabel. 10 Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,238	3	29,413	4,427	,006 ^b
	Residual	637,872	96	6,644		
	Total	726,110	99			

Nilai F calculate adalah 4,429 > FTable adalah 3,09, dengan tingkat signifikansi 0,006 < 0,05, seperti dapat dilihat dari tabel di atas yang menampilkan hasil uji F Keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, dan lokasi, menurut tabel.

C. PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menunjukkan dampak yang baik dan cukup besar dari kualitas layanan parsial terhadap pilihan pelanggan untuk mengunjungi RM. Coto Makassar 3 & Seafood. Tingkat layanan yang ditawarkan restoran memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali ke pendirian. Perusahaan yang menempatkan prioritas tinggi pada layanan pelanggan akan mempengaruhi pembelian dengan baik.

Menurut hasil percobaan hipotesis, perlu dicatat bahwa kualitas layanan mempengaruhi kesimpulan bahwa suatu transaksi substansial sekitar 0,001 hingga 0,05. Nilai t hitung diketahui dari hasil uji t yang dilakukan dan ditemukan sebesar 3,590. Coto Makassar 3 & Seafood. Ho1 ditolak sedangkan Ha1 diterima, menunjukkan perlunya mempertimbangkan kualitas layanan saat melakukan pembelian dari RM.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Nurjamad dan Larasati (2021) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan transportasi online Gojek dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas layanan. Pengaruh Kualitas dan Harga Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Photo Studio oleh Anwar et al. dari tahun 2021 juga menemukan bahwa kualitas layanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tingkat pilihan pembelian pelanggan akan dipengaruhi oleh kualitas layanan bisnis atau perusahaan. Seseorang akan bekerja sama dengan orang lain setelah melakukan pembelian dan menggunakan layanan. Jika mereka senang, mereka akan membeli dari Anda lagi. Oleh karena itu, bisnis harus dapat menawarkan layanan sangat baik. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan dan menguntungkan pembeli untuk makanan laut. Ini mengacu pada perubahan harga pada menu dan tidak berdampak pada transaksi apapun.

Menurut hasil uji t, di mana nilai estimasi diketahui -0,930 dan hipotesis 2 diuji di atas, elemen harga tidak berdampak pada keputusan untuk membeli sebesar 0,355 lebih besar dari 0,05. Ini membuktikan bahwa sementara Ho2 disetujui, Ha2 ditolak. Dengan kata lain, keputusan pembelian konsumen tidak terpengaruh oleh harga.

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan siswa untuk membeli laptop Asus, berbeda dengan studi sebelumnya oleh Utami, et al. (2021), yang mengatakan bahwa biaya sangat terkait dengan keputusan konsumen untuk membeli mie ayam dan bakso barokah ina di Bungo, begitupun studi yang dilakukan Harahab et al. (2021) juga menunjukkan

bahwa harga memiliki nilai koefisien sebesar 2,497 dan nilai signifikan sebesar 0,015 $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi kebahagiaan konsumen.

Dalam penelitian ini secara geografi tidak ada hubungannya dengan penilaian tentang apa yang harus dibeli. Dalam penelitian ini. Pilihan pembelian tidak banyak dan menguntungkan dipengaruhi oleh aspek lokasi. Ditentukan, berdasarkan temuan pengujian hipotesis 3, bahwa tidak ada pengaruh variabel geografis terhadap pilihan 0,283 lebih besar dari 0,05, meskipun nilai yang dihitung diketahui berkat hasil uji t sebesar 1,080. Oleh karena itu H_0 diterima tetapi H_a tidak disetujui. Dengan kata lain, keputusan mengenai apa yang harus dibeli tidak terkait dengan lokalitas.

Menurut Studi Konsumen UMKM Harahab et al. tentang Mie Ayam dan Bakso Barokah Ina, Kabupaten Bungo, pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian agak dipengaruhi oleh lokasi. Kesimpulan ini didukung riset konsumen terhadap UMKM penjual mie ayam dan bakso barokah ina di Bungo. Mie ayam dengan bakso Barokah Ina dan riset konsumen UMKM bersamaan tentang preferensi belanja.

D. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini diantaranya, hal-hal berikut dapat dilihat:

1. Sebagai hasil dari pilihan pembelian RM. Tingkat pelayanan di Coto Makassar 3 & Seafood memberikan dampak yang signifikan; Ini menunjukkan bahwa tingkat layanan harus diperhitungkan ketika mempengaruhi keputusan pembelian di sana.
2. Harga di RM. Tidak ada masukan dari Coto Makassar 3 & Seafood dalam menentukan pilihan pelanggan untuk membeli, membuktikan bahwa perubahan harga pada menu tidak berdampak pada perilaku konsumen.
3. RM Pilihan untuk membeli tidak ada hubungannya dengan lokasi. Seafood di Coto Makassar 3 & Seafood.

Terima kasih

Terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh tim penelitian dan dosen pendamping atas bantuan dan dukungannya yang luar biasa dalam perjalanan penelitian ini. Semoga pencapaian penelitian ini menjadi kebanggaan bersama dan berkontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

REFERENSI

- Eriek, N.R., Hasbiah, S., dan Anwar. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Photo Studio. *Jurnal Nasional Indonesia*, 1(10), 521-531.
- Effendi, N.I. (2021). Model Peningkatan Kinerja Wirausaha UMKM Etnis Non-Melayu Melalui Modal Sosial di Kabupaten Bungo (A Preliminary Research). *Jurnal Manajemen Sains*, 1(2), 166-177.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahab, D., Mryanti,Y., dan Hermawati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen UMKM Mie

- Ayam Dan Bakso Barokah Ina Kabupaten Bungo). *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1),533-546.
- Harini, Cicik. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce untuk meningkatkan kinerja UMKM. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 12(2), 22-26.
- Mahmud, Nuruddin (20210. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Transmart Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Amindyaguna*, 3(1), 159-167.
- Nurjamad, M.A., dan Larasati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Ride Pt. Gojek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 13(1), 1-11.
- Nurlia, Titim. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 104-119.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Staiapress, 44.
- Situmeang, L.S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, D.E., Pratiwi, I.F., dan Sanjaya, V.D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 10(2),18-29