

# ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA ROEMAH KOPI DOLOK TEBING TINGGI)

Dina Octavia  
Jufri halim

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji regresi linier berganda dengan menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, kuesioner, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan 97 responden sebagai sampel penelitian. Hasil uji F menunjukkan bahwa lokasi, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Berdasarkan uji t bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Analisis koefisien determinan ( $R^2$ ) dilihat dari *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 38.1% yang berarti variabel terikat yaitu keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel bebas yaitu lokasi, dan pelayanan.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, lokasi, pelayanan

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini banyak sekali mengalami kemajuan dan perubahan. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan kemajuan teknologi, pola pikir masyarakat yang berkembang, dan gaya hidup yang

tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Proses jual beli berlangsung secara terus menerus seiring dengan perkembangan peradaban dan pola berpikir manusia. Manusia berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik berupa kebutuhan sehari-hari (daily need) maupun kebutuhan yang bersifat

jangka panjang. Semakin meningkatnya bisnis makanan dan minuman dewasa ini, persaingan bisnis makanan dan minuman semakin bertambah ketat.

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka lokasi yang dipilih pun yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumenserta memiliki lahan parkir yang memadai, aman, nyaman, dekat dengan pusat perbelanjaan dan faktor-faktor lain sebagainya.

Selain itu pelayanan yang dapat memuaskan konsumen juga akan berdampak terjadinya pembelian berulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayananyang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2002). Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk

dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Di kota Tebing Tinggi, bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis *coffeeshop*. Perkembangan bisnis *coffee shop* di Tebing Tinggi yang semakin semarak membuat ketatnya persaingan bisnis yang ada, perusahaan dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Salah satu *coffee shop* yang ada di Tebing Tinggi adalah Roemah Kopi Dolok. Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi)”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi?
3. Apakah lokasi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi?

### 1.3. Metode Penelitian

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Angket  
Memberikan selebaran berisi pertanyaan tentang penelitian ini kepada pelanggan Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.
- b. Wawancara  
Mewawancarai pelanggan Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi secara langsung untuk mendapatkan data-data mengenai pengaruh kedisiplinan terhadap motivasi kerja karyawan.

### c. Kepustakaan

Kepustakaan merupakan data yang diperoleh dari buku-buku dan sumber tertentu yang berhubungan dengan lokasi dan pembelian.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2.1. Hasil

Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menjadi pelanggan Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Terdapat 12 butir pernyataan; 3 butir pernyataan untuk variabel lokasi ( $X_1$ ), 5 butir pernyataan untuk variabel pelayanan ( $X_2$ ), 4 butir pernyataan untuk variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Kuesioner disebarkan kepada 97 orang responden.

#### 2.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) data diolah secara statistik untuk keperluan analisis dan pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi

software SPSS versi 18. Adapun model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi dari variabel X (Lokasi)
- X<sub>1</sub> = Lokasi
- X<sub>2</sub> = Pelayanan
- e = Variabel pengganggu (standart error)

Berdasarkan pengujian menggunakan bantuan aplikasi software SPSS versi 18, maka hasil persamaan regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      | T     |      |
| 1 (Constant) | 1,920                       | 1,777      |                           | 1,080 | ,283 |
| Lokasi       | ,089                        | ,121       | ,073                      | ,739  | ,462 |
| Pelayanan    | ,338                        | ,082       | ,341                      | 3,876 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

$$Y = 1.920 + 0.089X_1 + 0.338X_2 + e$$

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut

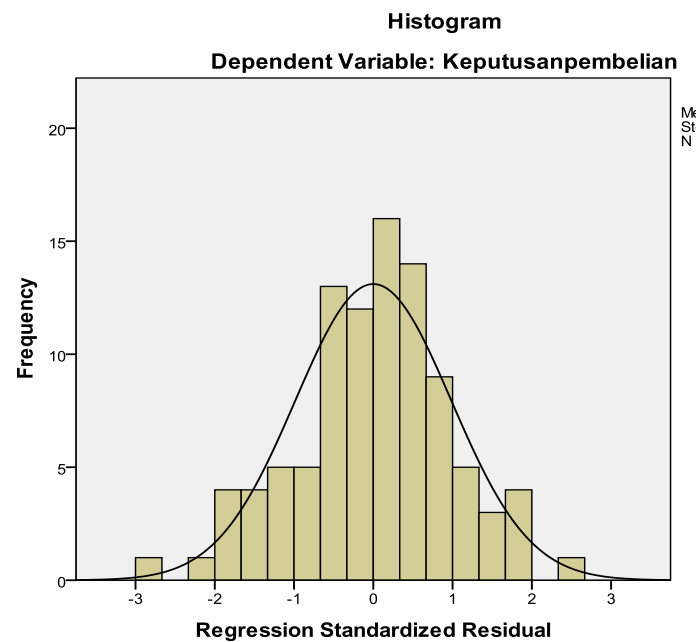
- 1. Konstanta (a) = 1.920, ini menunjukkan tingkat konstan,dimana jika variabel lokasi (X), adalah 0, maka keputusan pembelian(Y) adalah sebesar 1.920.
- 2. Variabel lokasi (X<sub>1</sub>) bertanda positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi dengan koefisien regresi sebesar 0.089 yang menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Artinya, setiap terjadi peningkatan variabel Lokasi (X) maka keputusan pembelian (Y) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi tidak akan meningkat.

3. Variabel pelayanan (X<sub>2</sub>) bertanda positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi dengan koefisien regresi sebesar 0.338 yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

Artinya, setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi akan meningkat.

### 2.1.2 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov. Melihat uji normalitas adalah dengan melihat grafik histogram, dan grafik normal p-p plot yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.



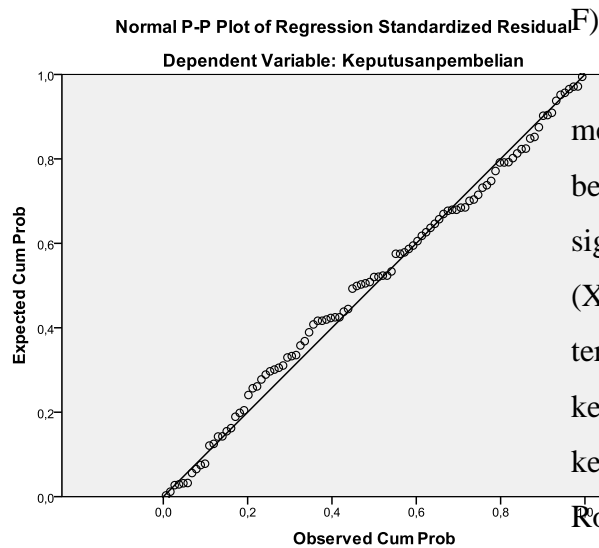
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS,2017  
(data diolah)

**Gambar 1.1**  
**Grafik Histogram Uji Normalitas**

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan grafik dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal karena grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi data normal yang tidak menceng kanan maupun menceng kiri. Jadi berarti data residual berdistribusi normal. Terbukti bahwa data maupun model yang digunakan memenuhi asumsi

normalitas.

### 2.2.1 Uji Signifikan Simultan (Uji-



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2017 (data diolah)

**Gambar 1.2**  
**Scatterplot Uji Normalitas**

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada p-p plot terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik bisa saja terlihat berdistribusi normal, padahal secara statistik tidak berdistribusi normal. Berikut hasil pengujian normalitas yang dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S).

## 2.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan melihat secara serempak berpengaruh atau hubungan positif signifikan variabel bebas yaitu lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ), dan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) berupa keputusan pembelian terhadap Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_0$  diterima. Sedangkan, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_0$  ditolak. Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini yaitu:

$H_0 : b = 0$ , artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas berupa variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ), dan terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0 : b \neq 0$ , artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas berupa variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).

Kriteria pengambilan

keputusan adalah:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

pada  $\alpha = 5\%$

Untuk menentukan nilai F, maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut dengan rumusan sebagai berikut:

$df$  (pembilang) =  $k-1$

$df$  (penyebut) =  $n-k$

keterangan :

$n$  = jumlah sampel penelitian

$k$  = jumlah variabel bebas dan

terikat

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel ( $n$ ) 97 dan jumlah keseluruhan variabel ( $k$ ) adalah 4, sehingga diperoleh :

1.  $df$  (pembilang) =  $4 - 1 = 3$
2.  $df$  (penyebut) =  $97 - 4 = 93$

Maka  $F_{tabel 0.05 (93)} = 2.70$

**Tabel 1.2**  
**Uji F**

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Squares | Sig.              |
|--------------|----------------|----|--------------|-------------------|
| 1 Regression | 163,975        | 3  | 54,658       | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 245,798        | 93 | 2,643        |                   |
| Total        | 409,773        | 96 |              |                   |

a. Predictors: (Constant), Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2017 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 20.681 dengan tingkat signifikansi 0.000 sedangkan  $F_{tabel}$  2.70 dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0.05. Oleh karena itu pada kedua perhitungan  $F_{hitung}$  adalah  $20.681 > F_{tabel}$  adalah 2.70 dan tingkat signifikansi ( $0.000 < 0.05$ ) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara serempak adalah positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

2.2.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas terdiri dari variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial atau individu mempunyai pengaruh keputusan pembelian ( $Y$ ).  
Kriteria pengujianya adalah  $H_0 : b = 0$ , lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian ( $Y$ ) tidak berpengaruh

secara parsial terhadap keputusan pembelian Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

$H_0$  :  $b \neq 0$ , lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian (Y) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu :

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Hasil pengujiannya adalah:

Tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5%  
dan derajat kebebasan (df) = (n-k)

n = jumlah sampel, n = 97

k = jumlah variabel yang digunakan, k = 4

Besar nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dengan derajat bebas (df) = n - k = 97 - 4 = 93

Maka  $t_{tabel} = 0.05 (93) = 1.661$

**Tabel 1.3**  
**Uji t**

Coefficients

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standard Coefficients |
|-------|------------|-----------------------------|------------|-----------------------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                  |
| 1     | (Constant) | 1,920                       | 1,777      |                       |
|       | Lokasi     | ,089                        | ,121       |                       |
|       | Pelayanan  | ,338                        | ,087       |                       |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2017  
(data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.3 uji parsial terlihat bahwa:

Variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini terlihat dari nilai signifikan (0.462) lebih besar dari 0.05 dan nilai  $t_{hitung}$  (0.739)  $< t_{tabel}$  (1.661) artinya walaupun ditingkatkan variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) maka keputusan pembelian (Y) tidak akan meningkat.

### 2.3 Pembahasan

Berdasarkan pengujian secara simultan diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20.681 dengan nilai signifikansi 0.000 dan dapat disimpulkan bahwa produk, lokasi, dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada



Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Berdasarkan pengujian secara parsial diketahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Yunarto (2006:39), lokasi adalah salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Penentuan lokasi yang tepat akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen. Keputusan lokasi menyangkut kemudahan akses yang cepat dan dapat menarik sejumlah besar konsumen. Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 18 hasil pendapat responden terhadap pernyataan variabel lokasi responden menjawab cenderung kurang setuju yaitu jawaban responden terbesar pada pernyataan butir 7 (tujuh) Roemah Kopi Dolok menawarkan lokasi parkir yang nyaman” yaitu sebanyak 26 responden (26.8%). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung dan pembeli melakukan

keputusan pembelian terhadap Roemah Kopi Dolok di Tebing Tinggi.

Berdasarkan hasil uji t lokasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi 0.462 atau lebih besar dari 0.05 sementara nilai  $t_{hitung}$   $0.739 > t_{tabel}$  1.661. Hal ini menunjukkan bahwa lahan parkir yang disediakan Roemah Kopi Dolok memiliki lahan parkir yang sempit yang menyebabkan pelanggan mengalami kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya karena kapasitas lahan parkir yang tidak memadai dan perlu untuk diperluas lahan parkir agar pelanggan mudah dalam memarkirkan kendaraannya. Roemah Kopi Dolok memiliki lokasi yang dekat dengan keramaian masyarakat dan mudah untuk dijangkau para konsumen.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Stephani (2010) pemasar harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi dalam memilih lokasi usaha yang akan didirikan untuk meraih keberhasilan dan mempengaruhi

keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor dalam pemilihan lokasi perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu strategi bisnis. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

## **2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2005:85), pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan mempengaruhi pelanggan kembali datang atau tidak. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan karena ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 18 hasil pendapat responden terhadap pernyataan variabel produk responden menjawab cenderung setuju yaitu jawaban responden terbesar pada pernyataan butir 8 (delapan) “dekorasi Roemah Kopi Dolok memiliki keunikan” yaitu sebanyak 76 responden (78.4%). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung dan pembeli melakukan keputusan pembelian terhadap Café Roemah Kopi Dolok di Tebing Tinggi.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Café Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi 0.000 atau lebih kecil dari 0.05 sementara nilai  $t_{hitung}$  3.876 >  $t_{tabel}$  1.661. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dapat menikmati suasana dekorasi tempat yang unik di Roemah Kopi Dolok yang berbeda dari kopi yang berada disekitar kota Tebing Tinggi.

Pelanggan berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik berupa ketika pelanggan pada saat ingin memesan variasi menu yang disediakan café kopi karyawan mudah dipanggil untuk melakukan pesanan menu, dan karyawan bersedia membantu jika pelanggan memiliki masalah yang berhubungan dengan pembelian.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Aulya (2013), hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Jika Kualitas pelayanan baik maka konsumen akan dengan senang hati untuk datang membeli dan menikmati sajian menu yang ditawarkan pada café kopi tersebut.

### **3. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **3.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan dari data hasil penelitian uji F, menunjukkan bahwa variabel bebas terdiri dari variabel lokasi, dan pelayanan secara serempak berpengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

2. Berdasarkan dari data hasil penelitian uji t, menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Secara parsial variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ),  $R = 0.633$  berarti 63.3% hubungan antara lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 36.7% artinya hubungannya erat. Semakin besar R artinya hubungannya erat. Nilai *Adjusted R Square* = 0.381 berarti 38.1% kemampuan variabel lokasi, dan pelayanan menjelaskan variabel keputusan pembelian dan sisanya 61.9% dapat dijelaskan oleh faktor-

faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, berarti Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi harus meningkatkan kenyamanan tempat lahan parkir.
2. Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan para pelanggan dengan cara memberikan kenyamanan dan keamanan, dan memberikan informasi yang jelas tentang Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.
3. Diperlukan penelitian terus-menerus untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi, seperti: harga, promosi, kepuasan,

loyalitas, dan variabel-variabel lainnya agar selalu dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan selalu siap dalam menghadapi para pesaing dari Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

#### BUKU :

- Angipora, Marius P. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Bob Sabran, MM, PT. Erlangga, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, PT. Salemba Empat, Jakarta
- Ratminto dan Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*, CV. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Lufti. 2012. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, USU Press, Medan

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. PT. Alfabeta, Bandung
- Supramono. 2003. *Metodeologi Penelitian*, PT. Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, CV. Bayumedia, Malang
- Yunarto I, Holy. 2006. *Business Concepts Implementastion Series In sales And Distribution Management*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- SKRIPSI & JURNAL**
- Aryani, Dwi. 2010. “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Cepat Saji KFC Studi Pada Mahasiswa FISIP UI”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17 Nomor 2 hal 1-13.
- Aulya, Dhien Alfath. 2013. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Coffee Shop Stove Syndicate Di Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Filardiyah, Ridhatullah Tobing. 2015. “Pengaruh Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Tebing Tinggi”, skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Iswayanti, Ika Putri. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rebeka Larosa, Stephani. 2010. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Studi Kasus Pada Warung- Warung Makan Di Sekitar Simpanglima Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Tandanu, Mansur. 2009. “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada CV. Berastagi Supermarket Jl. Gatot Subroto Medan”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Wulandari, Nur. 2013. “Analisis Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.