

**Pengaruh Lokasi Kenyamanan Tempat, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Di Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang
(Studi Kasus Konsumen Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang)**

Moh.Afifuddin *)

Budi Wahono **)

Sulton Sholehuddin *)**

Email : afiksiap86@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine the effect of location, convenience of place, and product quality on purchasing decisions at warkop Puntadewa Pakis Malang district. The data method in this study used a questionnaire with a total sample of 65 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear analysis by testing the hypothesis using the F test and t test. Based on the results of data analysis, it is explained that the independent variables consist of location, convenience of place, product quality, while the dependent variable is the purchase decision. From the results of the research above it can be seen that location, convenience of place, and product quality simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords: Location, Place Convenience, Product Quality, and Purchase Decision

Pendahuluan

Dunia bisnis akhir-akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculnya bisnis kuliner dengan berbagai konsep. Salah satu yang sekarang ini banyak menarik perhatian para pelaku usaha dan konsumen adalah warung kopi. Fenomena warung kopi telah lama mewarnai pola kehidupan masyarakat kita hampir disetiap sudut di Jawa Timur terutama di Kabupaten Malang dapat dipastikan ada warung kopi. Dimana-mana warung kopi biasanya dibuka siang hari sampai malam hari. Umunya kalangan anak muda menjadi pelanggan. Biasanya, pengunjung akan berlama-lama berada di warung kopi untuk menikmati secangkir kopi atau minuman lainnya, dan *snack*. Salah satu warkop yang banyak diminati adalah warkop Puntadewa yang terletak di Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. Warkop ini menjadi tempat favorit untuk dijadikan tempat nongkrong dan selalu ramai konsumen terutama pada malam hari. Warkop Puntadewa selain menyediakan berbagai menu kopi juga menyediakan berbagai menu makanan seperti *snack*, makanan utama, dan juga makanan penutup.

Menurut Rahayu (2018) Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh karena itu, pemilihan lokasi penting dilakukan agar konsumen juga mengetahui bentuk fisik dari sebuah usaha yang ditawarkan. Selain lokasi kenyamanan tempat juga merupakan salah satu faktor penentu keputusan pembelian konsumen.

Menurut Hery (2018) kenyamanan adalah rasa yang timbul jika seseorang merasa di terima apa adanya, serta senang dengan situasi dan kondisi yang ada sehingga seseorang akan merasakan kenyamanan. Lain halnya dalam kamus indonesia, pengertian nyaman mempunyai arti enak dan aman, sejuk dan bersih, tenang dan damai. Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penelitian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Kenyamanan (*comfort*). Pada Warkop Puntadewa,

fasilitas konsumen seperti tempat duduk terletak sangat berdekatan sehingga kurang cocok untuk dikunjungi 1-2 orang saja. Tata letak meja dan kursi Warkop Puntadewa lebih cocok digunakan untuk keluarga besar atau rombongan orang banyak.

Setelah mempertimbangkan lokasi dan kenyamanan tempat, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli suatu produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2006) dengan memberikan produk yang berkualitas dapat mendorong penjualan dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas produk merupakan gambaran dari seberapa baiknya produk yang diberikan kepada konsumen, menggambarkan nilai produk yang dipasarkan, dan apakah produk yang dipasarkan dapat bersaing dengan produk minuman kopi yang disediakan oleh pesaing-pesaing lain. Nyatanya, dalam situasi sekarang ini kualitas produk yang ditawarkan di Warkop Puntadewa bisa dikatakan masih kalah dengan beberapa warung kopi atau kafe yang ada di Malang.

Menurut Yusuf (2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Keputusan membeli dapat pengaruh kepada bagaimana proses pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Lokasi, Kenyamanan Tempat dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang (Studi Kasus Konsumen Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang)”.

Rumusan Masalah

1. Apakah Lokasi, Kenyamanan tempat, Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada Warkop Puntadewa?
2. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Warkop Puntadewa?
3. Apakah Kenyamanan tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Warkop Puntadewa?
4. Apakah Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Warkop Puntadewa?

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2009:190) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Sebelum benar-benar membeli konsumen akan melewati beberapa tahap proses pembelian. Pengambilan keputusan merupakan kegiatan individu yang terlibat langsung dalam proses pembelian barang yang ditawarkan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Sangadji (2013:120) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan melakukan pembelian dari alternatif pilihan. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir.

Terdapat tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian yang diambil dari (Kotler 2018: 70), yaitu:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi

Lokasi (X1)

Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015:16) dapat di definisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan.
2. Kelancaran.
3. Kedekatan dengan kediamannya.

Kenyamanan Tempat (X2)

Kenyamanan ialah sebuah situasi dimana tiap masyarakat terlayani sebaik mungkin serta di berikan fasilitas yang memadai demi mendukung kenyamanannya disaat berkegiatan diinstansinya (Sari, 2021). Kenyamanan merupakan berbentuk jasanya yang tak bisa di lihat, di cium serta di pegang makanya berwujud fisik dijadikan esensial didalam pengukuran dari pelayanannya.

Masyarakat yang mau menemukan nyaman sepanjang menunggu pelaksanaannya dari sebuah pelayanan jasanya tentu lebih merasakan kenyamanan ketika fasilitasnya yang didapat dibuatkan menarik, bersih serta nyaman (Lailan Khairunnisa, 2021).

Menurut (Hasanah, 2018) indikator kenyamanan adalah:

1. Kebersihan Kebersihan.
2. Suhu.
3. Keamanan.

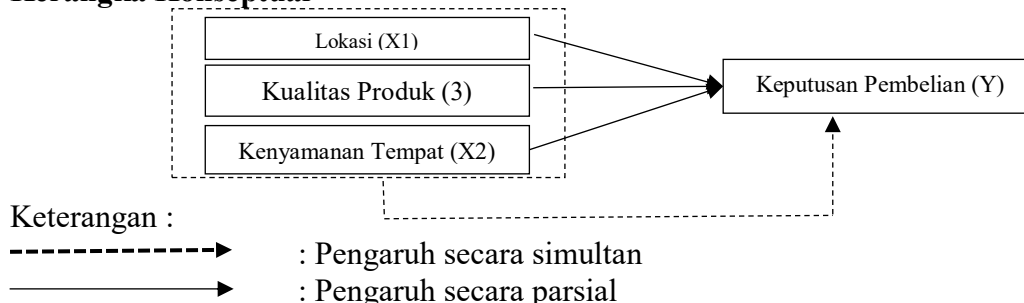
Kualitas Produk (X3)

Kualitas produk merupakan kesanggupan suatu produk dalam menjalankan tugasnya yang didalamnya termasuk daya tahan mengenai berapa lamanya produk tersebut dapat digunakan, kekuatan serta kemudahan dalam hal proses perbaikan (Riyono & Budiharja, 2016). Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang berkaitan langsung dengan kehandalan, proses perbaikan jika produk tersebut mengalami gagal fungsi/cacat dan kemudahan pengoperasian (Gerung, Sepang, & Loindong, 2017).

Terdapat lima indikator kualitas produk yang dijelaskan oleh (Setiyana & Widyasari, 2019) ,antara lain:

1. Ciri-ciri produk
2. Kesesuaian dengan spesifikasi
3. Ketahanan
4. Kehandalan
5. Desain

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Kualitas sumber daya manusia, profesionalisme kerja, dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pegawai

H2 : Kualitas sumberdaya manusia berpengaruh terhadap kinerja pegawai

H3 : Profesionalisme berpengaruh terhadap kinerja pegawai

H4 : Komitmen berpengaruh terhadap kinerja pegawai

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti untuk membuktikan hubungan kasual antara variabel bebas (independen) yaitu variabel sumber daya manusia, profesionalisme kerja, dan komitmen dan variabel terikat (dependen) yaitu kinerja pegawai.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian adalah penjelasan (explanatory research) yaitu untuk menjelaskan tentang pengaruh kualitas sumber daya manusia, profesionalisme kerja dan komitmen terhadap kinerja pegawai (Studi pada kantor Kecamatan Bancar Kabupaten Tuban).

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Warkop Puntadewa yang beralamat di Jl. Sunan Bonang, Upek Upek, Asrikaton, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65154

Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan April 2023 sampai juli 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Konsumen Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang

Sampel

Dalam penentuan sampel menggunakan teknik sesuai dengan teori (Malhotra, 2014) mengemukakan bahwa 5-10 kali dari jumlah item pernyataan. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Begitupun sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan tidak dinyatakan valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
Lokasi	X1.1	1	0,244	Valid
	X1.2	0,558	0,244	
	X1.3	0,813	0,244	
Kenyamanan Tempat	X2.1	0,520	0,244	Valid
	X2.2	0,594	0,244	
	X2.3	0,628	0,244	
Kualitas Produk	X3.1	0,506	0,244	Valid
	X3.2	0,627	0,244	
	X3.3	0,552	0,244	
	X3.4	0,361	0,244	
Keputusan pembelian	Y1.1	0,552	0,244	Valid
	Y1.2	0,519	0,244	
	Y1.3	0,268	0,244	

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Dari tabel 1. bahwa item pada variabel yang diteliti memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat dikatakan bahwa pernyataan dari penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menghitung besarnya *Cronbach's Alpha*. Dengan kriteria Jika *Cronbach's Alpha* memiliki nilai > 0.60 maka item pernyataan dapat dikatakan reliabel. Dan sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* memiliki nilai < 0.60 maka item pernyataan dapat dikatakan tidak reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Lokasi	0,840	Reliable
2.	Kenyamanan Tempat	0,841	Reliable
3.	Kualitas Produk	0,789	Reliable
4.	Keputusan Pembelian	0,729	Reliable

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai hitung Cronbach Alpha (α) untuk variabel Lokasi adalah $0,840 > 0,60$, variabel Kenyamanan Tempat $0,841 > 0,06$, variabel Kualitas produk $0,789 > 0,06$, dan variabel Keputusan pembelian $0,79 > 0,06$ maka seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian dikategorikan bisa diterima dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji normalisasi penelitian ini. Dengan kriteria apabila *Asymp. Sig.* > 0.05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila *Asymp. Sig.* < 0.05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi tidak normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,08755484
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,082
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,171 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Pada tabel 3 diketahui bahwa nilai *Asymp.Sig* yang diperoleh sebesar 0,20 yang berarti data yang diperoleh terdistribusi dengan normal dikarenakan nilai *Asymp. Sig* $> 0,05$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*, jika nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,741	,780		4,799	,000		
	LOKASI	-,011	,093	-,017	-,123	,902	,239	4,189
	KENYAMANAN TEMPAT	,059	,092	,093	-,635	,527	,220	4,545
	KUALITAS PRODUK	,523	,079	-,782	6,597	,000	,336	2,977

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa variable bebas dalam penelitian ini mendapatkan *tolerance* $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 atau sehingga bisa dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas antar variable dependen dalam penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi > 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2,312	,487		4,744 ,000
	LOKASI	,059	,058	,244	1,012 ,315
	KENYAMANAN TEMPAT	-,027	,058	-,118	-,118 ,638
	KUALITAS PRODUK	,059	,058	-,244	-0,528 ,599

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 5 bisa dilihat jika nilai signifikan paa variabel Lokasi 0,315, Kenyamanan Tempat 0,638, dan Kualitas produk 0,599 lebih > 0,05 sehingga disimpulkan bahwa tidak ada heterokedastisitas pada ketiga Variable independent.

Regresi Linier Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y) secara Bersama-sama.

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	3,741	,780		4,799 ,000
	LOKASI	,301	,097	,364	3,096 ,003
	KENYAMANAN TEMPAT	,337	,112	,277	3,022 ,003
	KUALITAS PRODUK	,523	,079	,782	6,597 ,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,741 + 0,301 X_1 + 0,337 X_2 + 0,523 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Variabel Lokasi

a = Konstanta

X₂ = Variabel Kenyamanan Tempat

e = standard error

X₃ = Variabel Kualitas Produk

Dari persamaan di atas dapat di jelaskan bahwa:

- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.
- Konstanta a sebesar 3,741 artinya jika variabel independen dianggap bernilai sama dengan nol maka rata-rata realisasi keputusan pembelian adalah sebesar 3,741.

Pengujian Hipotesis

Uji F

Uji F dilakukan dengan membandingkan apabila nilai F hitung > F tabel atau sig < 0.05 maka hipotesis diterima atau terdapat pengaruh secara simultan.

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	187,318	3	62,439	50,316	,000 ^b
	Residual	75,698	61	1,241		
	Total	263,015	64			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, KENYAMANAN TEMPAT						

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 7, maka diperoleh nilai F hitung sebesar 50,316, tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka dapat disimpulkan Lokasi, Kenyamanan Tempat, Kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kualitas produk.

Uji t

Uji t dilakukan dengan membandingkan apabila nilai t hitung > t tabel atau sig < 0.05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika t hitung < t tabel atau sig > 0.05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 8. Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,741	,780		4,799	,000
LOKASI	,301	,097	,364	3,096	,003
KENYAMANAN TEMPAT	,337	,112	,277	3,022	,003
KUALITAS PRODUK	,523	,079	,782	6,597	,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 8. uji t menunjukkan bahwa sebagai berikut :

- 1) Uji Variabel Lokasi (X1) memiliki nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu ,003, maka bisa disimpulkan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Kenyamanan tempat sebesar 0,003
- 2) Uji Variabel Kenyamanan tempat (X2) memiliki nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003, maka bisa disimpulkan bahwa Kenyamanan tempat memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sebesar 0,004
- 3) Uji Variabel Kualitas produk (X3) memiliki nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, maka bisa disimpulkan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sebesar 0,000.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,698	1,114
a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, KENYAMANAN TEMPAT				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

Sumber: Data primer diolah SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.15, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted* (R^2) mendekati 1 sebesar 0,698. Hal ini berarti menunjukkan variabel independen Lokasi (X1), Kenyamanan tempat (X2), dan Kualitas produk (X3) dimana memiliki arti bahwa variabel independent hampir memberikan informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, memiliki pengaruh Bersama-sama sebesar 6,98% terhadap variabel dependen Keputusan pembelian Y dan 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini

Pembahasan

Pengaruh Lokasi, Kenyamanan Tempat, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, kenyamanan tempat, kualitas produk, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa lokasi, kenyamanan tempat, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam lokasi, kenyamanan tempat, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azriya (2019). *Dalam judul penelitian pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi, terhadap keputusan pembelian konsumen di loja de café purwekerto*. Dengan tujuan, untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. dengan demikian lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen warkop puntadewa pakis kabupaten malang. Hal ini dapat diartikan bahwa lokasi yang strategis akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian Efendi (2021). *Dalam judul penelitian Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit Putra Nirwana Magetan*. Dengan tujuan ini untuk mengetahui Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan Pembelian.

Pengaruh Kenyamanan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kenyamanan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian kenyamanan tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen warkop puntadewa pakis kabupaten malang. Hal ini dapat diartikan bahwa Dengan adanya kenyamanan tempat konsumen warkop puntadewa nyaman saat ngobrol dan sambal menikmati kopi atau menikmati menu yang telah dipesan yang tersedia.

Kusumaningrum (2020). *Dalam judul penelitian Pengaruh Kenyamanan Tempat, Harga, Varian produk, dan Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen*. Dengan tujuan ini untuk mengetahui apakah variabel kenyamanan tempat, variabel harga, variabel varian produk dan variabel pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian keputusan pembelian secara parsial berpengaruh signifikan terhadap konsumen warkop puntadewa pakis kabupaten malang. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian Sugianto & Ginting (2020). *Dalam judul penelitian Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City*. Dengan tujuan ini untuk mengetahui variabel harga, kualitas produk,

lokasi, fasilitas dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Medan Resort City.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada pembahasan serta berdasarkan tujuan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a) Lokasi, Kenyamanan Tempat dan Kualitas Produk, berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.
- b) Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c) Kenyamanan Tempat berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian
- d) Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian

Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

- a) Jumlah responden yang hanya 65 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
- b) Objek penelitian hanya di fokuskan pada Warkop Puntadewa pakis kabupaten Malang.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

- a) Bagi perusahaan Warkop Puntadewa Pakis Kabupaten Malang, untuk lebih memperhatikan kenyamanan dan memperluas relasi agar keinginan konsumen kembali membeli dan berkunjung menjadi lebih besar.
- b) Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya. objek penelitian bisa di perluas dan dengan menggunakan variabel yang baru atau di tambahkan variabel yang belum ada pada penelitian ini.

Referensi

- Chrisdianto, B., & Respati, H. (2019). Determinants of Employee Performance: Study of Workability, Organizational Commitment and Professionalism in the Land Offices. *European Journal of Business and Management*, 11(23), 69-76.
- Edo Rinaldo, Christian M. Marpaung dan Aji Hogantara. 2017. Peta Jalan Ukm 4.0: Profesional, Produktif, Kreatif, & Entrepreneurial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fasha, A. K. R., & Lestari, H. A. (2019). Influence Of Motivation Work, Discipline Of Work, Work Environment, Cultural Organization, And Compensation To The Performance Of Employees. 18.
- Gerhana, W., Rezt, R., & Wasis, W. (2019). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Profesionalisme terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Karyawan Dinas Pendidikan Hulu Sungai Selatan). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 49-57.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. 2018. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS.Yogyakarta
- Kusjono, G., & Ratnasari, P. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sumber Tenaga Lestari (Citylight Apartment) Tangerang Selatan. JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(2), 224-243.
- Mahfiro, A. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja, Dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan Pdam Kabupaten Lumajang*.
- Rachman, R. (2018). *Kualitas Sumber Daya Manusia, Komitmen Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Sekda Kab. Malang. Jurnal Manajemen Jayanegara*, 10(1), 17-23.
- Ramadhan, G. (2018). *Analisis Hubungan Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Banjarmasin. uniska*.
- Triatna, R. (2016). *Perilaku Organisasi dalam pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Shaleh, Mahadin (2018), *Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai*, Makassar : Aksara Timur
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Moh.Afifuddin *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Sulton Sholehuddin***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma