MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi
Vol 1 No 2 Tahun 2023
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JUM JUM THAI TEA X MIE JEJU PARE KEDIRI

Krisna Ossa Dwi Yanti[1], Baju Pramutoko.[2], Dadang Afrianto
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri.
krisnaossady@gmail.com,byadsen@gmail.com,lalasport088@gmail.com

ABSTRACT

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan pengujian statistik regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal dan makalah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan, lokasi dan cita rasa terhadap keputusan pembelian di Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Berdasarkan hasil penelitan dari uji validitas, nilai sig sebesar 0,000 < 0,05, sedangkan dari uji realibilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* > 0,60, pengujian dari uji regresi linier menunjukkan nilai sebesar -0,69 yang artinya keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan cita rasa.

Ḳata kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Cita Rasa

ABSTRACT

This type of research is a study using quantitative methods and multiple linear regression statistical testing. This study uses primary and secondary data. Primary data was obtained from questionnaires while secondary data was obtained from journals and papers. The purpose of this study was to determine the relationship between service quality, location and taste on purchasing decisions at Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Based on the research results from the validity test, the sig value is 0.000 <0.05, while the reliability test shows the Cronbach's alpha value> 0.60, testing from the linear regression test shows a value of -0.69 which means that the state when the purchasing decision variable has not been influenced by other variables, namely service quality, location and taste.

Keywords: ***Service Quality, Location, and Taste on Purchasing Decisions***

Pendahuluan

Kediri dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Kediri. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), kerajinan, hingga bisnis perbankan. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis. Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan dan minuman atau dikenal dengan istilah bisnis kuliner. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner tersebut, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu kafe atau tempat nongkrong bagi sebagian remaja dan orang dewasa.

Perkembangan bisnis kafe atau tempat nongkrong yang demikian pesat itu membuat perusahaan sebagai sesuatu organisasi penyedia jasa harus lebih inovatif dalam memasarkan makanannya, dimana kondisi pasar yang ada saat ini penuh dengan aneka macam menu makanan dan promosi inovatif yang ditawarkan. Konsumen memilih tempat kafe atau tempat nongkrong melihat faktor : Pelayanan karyawan terhadap konsumen, lokasi yang dekat dengan pemukiman, dan cita rasa makanan yang ditawarkan. Kabupaten Kediri penuh dengan tempat kafe dengan berbagai menu makanan dan minuman, mulai dari beragam rasa yang ditawarkan dan macam macam makanan tentu dengan harga yang sangat mudah terjangkau oleh semua kalangan.

Usaha ini mengalami perkembangan yang pesat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah restoran, kafe, maupun warung yang ada di setiap daerah, termasuk di Kabupaten Kediri. Perkembangan usaha kuliner yang bermunculan di Kabupaten Kediri membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan persaingan yang berbeda-beda, yaitu baik dari segi cita rasa, lokasi, dan kualitas pelayanan. kafe dengan berbagai hidangan banyak dijumpai di Kabupaten Kediri, mulai dari kafe yang menyediakan menu menu tradisional maupun menu yang sedang *trend* di masa kini dengan harga yang tidak terlalu mahal dan relatif murah.

Salah satunya adalah tempat kafe Minuman Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju yang didirikan oleh Ibu Nisita Gilar terletak di Kabupaten Kediri. Tempat kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju ini merupakan salah satu tempat kuliner yang cukup terkenal di Kabupaten Kediri yaitu bertempat di Jl.Yos Sudarso, Kec. Pare, Jawa Timur merupakan perusahaan dagang yang bergerak dibidang kuliner yang didirikan di Kabupaten Kediri pada tahun 2018 merupakan usaha yang sudah lama berjalan. Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju memberikan kemudahan bagi konsumen untuk

menikmati semua menu yang ditawarkan. Bukan hanya minuman saja yang tersedia tetapi ada berbagai menu masakan unik dengan cita rasa tinggi yang ditawarkan seperti mie jeju yang tingkat kepedasannya beragam, pentol jeju halus, pentol jeju urat, sup jeju halus, sup jeju urat, pangsit goreng, seblak, pisang *crispy choco*, *french fries*. Konsumen kafe Jum-Jum Thai Tea ini tidak hanya didominasi oleh remaja saja tetapi orang-orang dewasa juga menjadi konsumen di kafe ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

(Wuntu, 2013) pelayanan (*service)* bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampat atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan sering disebut pula *front office* atau *frontstage*.

Lokasi

Menurut (Tjiptono, 2014:92) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasiatau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis lokasi yang ditempati akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Maka dapat disimpulkan lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Cita Rasa

Menurut (Wuntu, 2013) cita rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. Pada usia lanjut, pengecap rasa manusia akan berkurang jumlahnya, sehingga memerluksn lebih banyak bumbu untuk menimbulkan cita rasa yang sama. Untuk meningkatkan cita rasa seringkali digunakan bahan tambahan minuman untuk cita rasanya.

Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas di suatu rumah makan atau kafe, akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak dipungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner, semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang

kuliner semakin ketat juga persaingan para pengusaha. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Keputusan Pembelian

Menurut (Ratnasari & Harti, 2016) mendefinisikan suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Hubungan Antara Pelayanan terhadap keputusan pembelian

Kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju ini memberikan pelayanan yang cukup baik mulai dari penyambutan pada saat konsumen memasuki kafe tersebut, keramahan karyawan yang bersedia membantu para konsumen untuk memilih produk makanan atau minuman yang akan dipesan atau diinginkan, sampai pada saat konsumen membayar di kasir dan mengucapkan terima kasih. Hal tersebut mengakibatkan kualitas pelayanan menjadi penting untuk mendukung keputusan konsumen dalam membeli produk-produk makanan di kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju.

Hubungan Antara lokasi terhadap keputusan pembelian

Hubungan lokasi dengan keputusan pembelian yaitu tempat yang digunakan saat menjual barang masuk kedalam lokasi yang strategis yang dapat dijangkau oleh konsumen maka konsumen akan mudah untuk datang dan melakukan pembelian barang sehingga keputusan pembelian akan terjadi.

Hubungan Antara Cita Rasa terhadap keputusan pembelian

Hubungan cita rasa dengan keputusan pembelian yaitu saat konsumen ingin membeli sebuah minuman yang dimana minuman tersebut memiliki rasa dan warna dari minumanitu yang unik dan menarik yang dapat menggugah selera konsumen sehingga konsumen akan membeli minuman tersebut karena warna dari minuman yang unik itu saja sudah nikmat apalagi cita rasanya.

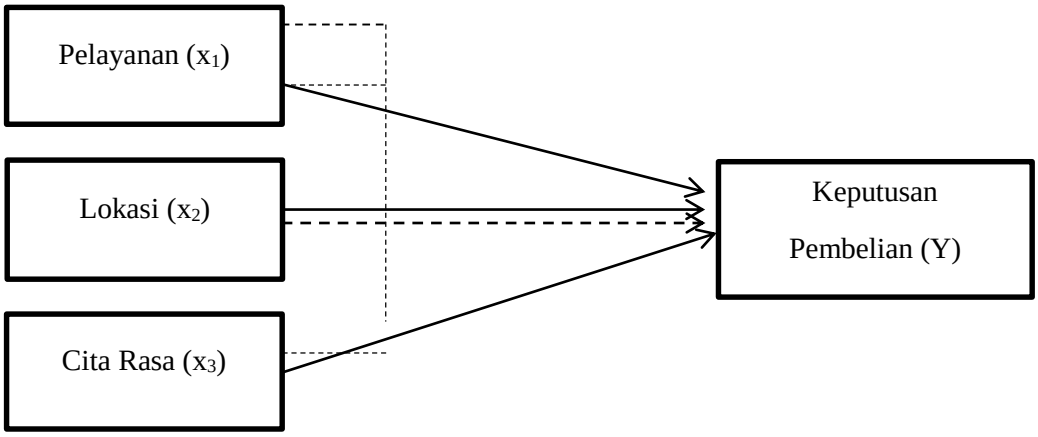
Cita rasa sebagai produk makanan sangat menentukan apakah produk bisa diterima oleh konsumen atau tidak. konsumen akan sangat memperhatikan tentang

cita rasa dari suatu produk yang akan mereka beli, entah untuk konsumsi keluarga atau untuk konsumsi sendiri.

Metode Penelitian

Berikut adalah gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Kerangka Teoritik



Sumber : Peneliti, 2023

Keterangan Model/Gambar :

: Pengaruh secara parsial (sendiri)

: Pengaruh secara simultan (bersama-sama)

HIPOTESIS

1. Diduga terdapat hubungan antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju
2. Diduga terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju
3. Diduga terdapat pengaruh antara cita rasa terhadap keputusan pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju
4. Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, lokasi, dan cita rasa secara simultan terhadap keputusan pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju
5. Diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju
6. Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode Kuantitatif adalah cara untuk mengolah data berupa angka yang berasal dari pengisian angket responden maupun laporan dari perusahaan. Jenis pnelitian ini juga menggunakan pengujian statistic regresi linier berganda.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang berkunjung pada kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Kediri, Adapun Populasi yang terhitung dari tanggal 1 Januari 2022 sampai dengan 31 Desember 2022 atau dapat dikatakan selama satu tahun berjumlah 3.285.000 konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah beberapa pelanggan kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Kediri dengan jumlah 100 Orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *Non Probability*. Menurut (Sugiyono, 2019) *Non probability* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan metode *sampling incidental* guna pengambilan jumlah responden. Menurut (Sugiyono, 2019) *sampling incidental* ialah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui serta cocok sebagai sumber data. Para responden dilakukan kepada pelanggan yang sedang melakukan pembelian di Kafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Kediri.

HASIL PENELITIAN

Gambaran umum perusahaan

Awal pertama kali membuka cafe Jum-Jum Thai Tea ini pada tahun 2018 yang terletak di Jl. Yos Sudarso No.16, Tulungrejo, Kec.Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64212 oleh Ibu Nisita Gilar, yang memiliki karyawan sebanyak 15 orang. Tahun pertama kali buka pelanggan cukup ramai dikarenakan banyak peminat dan yang menyukai Jum-Jum Thai Tea ini. Seiring dengan berjalannya waktu, Jum-Jum Thai Tea melakukan kolaborasi dengan Mie yang sedang digandrungi oleh remaja masa kini yaitu Mie jeju. Mie jeju merupakan mie instan varian rasa keju, dan kemudian diolah menjadi mie yang bervariasi oleh pihak Jum-Jum Thai Tea dan

yang kemudian namanya berubah menjadi cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Sedangkan minuman Thai Tea yang berbahan dasar teh dan sedang digemari oleh semua kalangan ini memiliki beberapa varian rasa pada produk thai tea, yaitu rasa original thai tea yang dibandrol dengan harga 10k , dan hanya menambahkan 5k akan mendapatkan rasa lainnya seperti greentea thai tea, milo thai tea dan masih ada beberapa varian rasa yang lainnya lagi, serta tidak hanya varian rasa pada thai tea akan tetapi ada beberapa varian topping dengan harga tambahan pada setiap toppingnya. Tidak hanya itu disana juga tersedia berbagai makanan lainnya seperti seblak yang dibandrol dengan harga 15k perporsi nya juga aneka camilan atau snack dengan harga yang *affordable.*

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Validitas

Variabel	**Item**	**Nilai Korelasi (Pearson Correlation)**	**Probabilitas Korelasi [sig.(2-tailed)]**	**Keterangan**
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,936	0,000	Valid
	X1.2	0,931	0,000	Valid
	X1.3	0,926	0,000	Valid
	X1.4	0,921	0,000	Valid
	X1.5	0,953	0,000	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,917	0,000	Valid
	X2.2	0,972	0,000	Valid
	X2.3	0,960	0,000	Valid
	X2.4	0,910	0,000	Valid
	X2.5	0,905	0,000	Valid
CitaRasa (X3)	X3.1	0,914	0,000	Valid
	X3.2	0,958	0,000	Valid
	X3.3	0,944	0,000	Valid
	X3.4	0,957	0,000	Valid
	X3.5	0,920	0,000	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,953	0,000	Valid
	Y2	0,956	0,000	Valid

(Y)	Y3	0,956	0,000	Valid
	Y4	0,887	0,000	Valid
	Y5	0,959	0,000	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 yang dimana < 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam penelitian ini dikatakan valid

Uji Reliabilitas

No.	**Variabel**	**Cronbach's Alpha**	**Jumlah pernyataan**	**Keterangan**
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,831	5	Reliabel
2.	Lokasi (X2)	0,831	5	Reliabel
3.	Cita Rasa (X3)	0,832	5	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,833	5	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa hasil nilai *cronback's alpha* variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, Cita Rasa, dan Keputusan Pembelian > 0,60 sehingga indikator atau kuesioner dari keempat variabel tersebut reliabel atau layak sebagai alat ukur variabel.

Uji Korelasi

No.	**Variabel**	**Nilai Korelasi**	**Sig. 2-tailed**	**Keterangan**
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,897	0,000	Korelasi sangat kuat
2.	Lokasi (X2)	0,884	0,000	Korelasi sangat kuat
3.	Cita Rasa (X3)	0,939	0,000	Korelasi sangat kuat

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Nilai sig. antara Cita Rasa (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,000 < 0,05, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Cita Rasa dengan Keputusan Pembelian dan memiliki nilai korelasi sebesar 0,938. Berdasarkan

pedoman nilai interpretasi korelasi nilai pada rentang "0,80-1,00" yang berarti tingkat hubungan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	**Unstandardized Coefficents**		**Standardized Coefficients**		
	B	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
(Constant)	-0,569	0,668		-0,852	0,396
Kualitas Pelayanan	0,274	0,111	0,249	2,481	0,15
Lokasi	-0,298	0,132	-0,282	-2,252	0,27
Cita Rasa	1,043	0,136	0,976	7,653	0,000
Adjusted R Square : 0,886 Multiple R : 0,943 F : 258,335 Sig. F : 0,000 Standard Error of the estimate : 1,084					

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Nilai Koefisien regresi variabel Cita Rasa (X3) sebesar 1,043, menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Cita Rasa maka variabel Keputusan Pembelian akan naik sebesar 1,043 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai 0.

Uji T

No.	**Variabel**	**t hitung**	**Sig.**	**Keterangan**
1.	Kualitas Pelayanan	2,41	0,15	Berpengaruh signifikan
2.	Lokasi	-2,252	0,27	Berpengaruh signifikan
3.	Cita Rasa	7,653	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Nilai sig. variabel Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian adalah 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 26,840> nilai t_{tabel} 0,197. Maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H3

diterima yaitu terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.

Uji F

Sig.	Taraf sig.	F hitung	Keterangan
0,000	0,05	258,335	Berpengaruh simultan

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Cita Rasa (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,000. Adapun hasilnya yaitu nilai sig. < 0,05 dan nilai F hitung 258,335 > nilai F tabel 3,090. Hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima. Artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Cita Rasa (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di JumjumThai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

R	R square	Adjusted R square
0,943	0,890	0,886

Sumber : Hasil Output SPSS 25.0, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa nial koefisien R square (R^2) sebesar 0,890 atau 89%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Cita Rasa (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 89% dan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Untuk menjelaskan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian, maka dalam hal ini bisa dijelaskan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan yang diberikn oleh Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri diharapkan dapat ditingkatkan, karena hal tersebut berkaitan dengan Keputusan Pembelian konsumen. Apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan secara berkala, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Kemudian lokasi yang memadai dan juga Cita Rasa juga menjadi faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian.

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Kualitas Pelayanan sangatlah diperlukan untuk lebh menarik perhatian konsumen, Jika kualitas pelayanan yang baik maka konsumen pun akan senang untuk tetap menjadi pelanggan di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Hasil Penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Ariska, Maduwinarti, & Nasution, 2022) dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan judul "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian Produk Prima Bakery di Sidoarjo" didapatkan hasil bahwa secara parsial variabel keputusan pembelian berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Lokasi yang strategis merupakan hal penting yang harus dimiliki ketika membangun suatu usaha dan Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri sudah menerapkan hal tersebut baik dari keterjangkauan lokasi, kelancaran akses, dan kedekatan lokasi.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Izzuddin & Muhsin, 2020) dari Universitas Muhammadiyah Jember dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen" didapatkan hasil bahwa variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh antara Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Cita Rasa merupakan hal yang penting jika menjalankan bisnis makanan dan minuman. Cita Rasa makanan dan minuman akan menarik konsumen untuk

mencobanya dan mungkin akan menjadi pelanggan di Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Hasil Penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ariska et al., 2022) dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan judul "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian produk Prima Bakery di Sidoarjo" didapatkan hasil bahwa secara parsial variabel cita rasa berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Cita Rasa Berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian di Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Untuk menjelaskan pengaruh dominan variabel Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian, maka dalam ini bisa dijelaskan bahwa pengaruh dominan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

Cita Rasa merupakan hal utama yang sangat dicari konsumen setiap akan berkunjung ke restoran, cafe, dan tempat makan. Konsumen akan mempertimbangkan mana tempat yang memiliki cita rasa lezat dan mana yang kurang baik dari segi penampakan, bau, rasa dan lainnya. Apabila tempat tersebut dirasa kurang dalam cita rasa, maka konsumen tidak akan mengunjungi tempat tersebut untuk kedua kalinya. Sebaliknya apabila memberikan cita rasa yang baik maka konsumen akan berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang.

Hasil ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ariska et al., 2022) dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan judul "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian produk prima bakery di sidoarjo" didapatkan hasil bahwa variabel cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian di Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri

Kualitas Pelayanan (XI), Lokasi (X2), dan Cita Rasa (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Ketiga variabel tersebut mendorong Keputusan Pembelian konsumen akan memperhatikan Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Cita Rasa yang diberikan oleh Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Apabila ketiga faktor tersebut memenuhi standar konsumen melakukan pembelian maka konsumen akan berkunjung ke Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare

Kediri, sebaliknya apabila ketiga faktor tersebut dirasa kurang maka konsumen tidak akan berkunjung ke Jum Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Kesimpulan

Pada bab akhir dari pembahasan ini berisi tentang kesimpulan secara keseluruhan dari hasil penelitian dan saran yang sekiranya berguna sebagai bahan pertimbangan pada Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) Lokasi (X2) Cita Rasa (X3) secara bersama berhubungan besarterhadap Keputusan Pembelian (Y) di cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.
2. Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Pelayanan (X1) memeiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Kualitas Pelayanan sangatlah diperlukan untuk lebih menarik perhatian konsumen, jika kualitas pelayanan baik maka konsumen pun akan senang untuk tetap menjadi pelanggan di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri
3. Berdasarkan hasil penelitian Lokasi (X2) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Lokasi yang strategis merupakan hal penting yang harus dimiliki ketika membangun suatu usaha dan Jum-Jum Thai Tea X Me Jeju Pare Kediri sudah menerapkan hal tersebut
4. Berdasarkan hasil penelitian Cita Rasa (X3) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dicafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri. Cita rasa merupakan hal yang penting jika menjalankan bisnis makanan dan minuman. Cita Rasa makanan dan minuman akan menarik konsumen untuk mencobanya dan mungkin akan menjadi pelanggan di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.
5. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), Lokasi (X2), Cita Rasa (X3) secara bersama sama berpengaruh secara simultan pada keputusan pembelian (Y). Besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Cita Rasa (X3) sebesar 89% dan 11% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan cita rasa(X3) di Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri.

Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan dan pembahasan dari penelitian ini, adapun beberapa saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang yaitu :

1. Kualitas Pelayanan
   Kualitas pelayanan yang ada di cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri perlu ditingkatkan tentang keramahtamahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan
2. Lokasi
   Diharapkan cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri tetap memperhatikan lokasi usaha miliknya agar tetap aman, nyaman, dan memiliki suasana yang diinginkan oleh pelanggan dan pelanggan juga merasa puas
3. Cita Rasa
   Bagi pelaku usaha cafe Jum-Jum Thai Tea X Mie Jeju Pare Kediri diharapkan agar mempertahankan penetapan cita rasa yang sangat nikmat dan tidak kalah saing dengan produk lain.

Daftar pustaka

Ariska, V. D., Maduwinarti, A., & Nasution, U. C. M. (2022). Pengaruh Cita Rasa,Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Bakery di Sidoarjo. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, *1*(1), 310–314. Retrieved from https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/830

Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *6*(1), 72–78. https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536

Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *4*, 1–11. Retrieved from http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta.

Wuntu, C. R. A. (2013). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699. Retrieved from https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6144