

Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan di Jombang

*Purbowo, Kurniawan Ramadani Firmansyah, Nawwal Azulfa, Said Rian Al Hasan,
Siti Aisyatul Masruroh
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

KEYWORD:

Harga,
Varian Menu,
Pelayanan,
Fasilitas,
Lokasi dan
Keputusan Pembelian.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution
4.0 International License.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi, terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumennya. Sampel yang diambil sebanyak 77 resoenden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Berikut adalah hasil penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. varian menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang.

ABSTRACT

The study aimed to identify the influence the price, a variant on the menu, service, facilities, the location, of the decision of the purchase by jombang gacoan noodles. Data collection techniques dilakukan through the distribution of the questionnaire as instruments. As much as 77 resoenden samples to be taken. Analysis techniques used multiple linear analytics. Here is the result of this study is price will not affect the decision the purchase by noodles gacoan jombang. Significant menu variant of the decision the purchase by gacoan jombang noodles. The service no significant impact on the purchase by noodles gacoan jombang. The service no significant impact on the purchase by noodles gacoan jombang. Location not significant of the decision of the purchase by noodles gacoan jombang. Price, a variant on the menu, service, facilities, and the influential simultaneously with the resolution of the purchase by jombang gacoan noodles.

How to Cite:

Purbowo, Firmansyah, K. R., Azulfa, N., Al Hasan, S. R., Masruroh, S. A. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan di Jombang. *Agrimics Journal*, 1(1), 33-43.

***Author Correspondent:**

Email: bowo.agribisnis@gmail.com

Era Globalisasi sekarang ini sudah tidak dapat di pungkiri lagi bahwa semakin kesini kemajuan perkembangan ekonomi-ekonomi rumah makan dan wisata kuliner sangat membawa dampak tinggi bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha yang banyak saat ini. Banyak sekali pengusaha-pengusaha makanan dan minuman di Indonesia. Hal inilah yang membuat negara Indonesia sangat menarik perhatian dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal untuk berkeliling di Indonesia. Banyak sekali jenis, seperti wisata bahari, produk wisata, wisata petualangan, ekowisata, wisata MICE (MICE & eventtorism), objekwisata, terintegrasi wisata olahraga, wisata kota dan desa, wisata warisan budaya dan sejarah serta wisata belanja dan wisata kuliner (Ratman, 2016).

Disamping itu banyak usaha-usaha yang bermunculan baik rumah makan kecil ataupun besar berdampak pada persaingan-persaingan yang sangat ketat antar rumah makan baik sejenis maupun yang tidak sejenis. Dengan banyaknya rumah makan kecil ataupun besar saat ini masyarakat dengan mudahnya bisa memenuhi dan mendapatkan kebutuhan hidupnya. Semakin tinggi gaya hidup masyarakat sekarang ini, menyebabkan banyak masyarakat yang pasif dalam memenuhi kebutuhannya. Maksud dari kata pasif disini adalah mereka yang lebih suka membeli berbagai macam kebutuhan secara instan dan mudah di dapat. Industri pengolahan bahan makanan siap saji rumah makan dan lestoran merupakan salah satu industri yang menyajikan makanan dan minuman pada saat ini di Indonesia. Banyaknya jumlah rumah makan dan restoran yang berkembang saat ini merupakan fenomena yang terlihat jelas mulai dari rumah makan yang berskala kecil hingga berskala internasional. Rumah makan menjadi salah satu ber kunjungnya masyarakat ketika keluar rumah ingin berwisata kuliner.

Makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Mie adalah produk pasta atau ekstrusi. Mie diperkirakan merupakan jenis makanan yang berasal dari daratan Cina. Hal tersebut dapat dilihat dari budaya bangsa Cina, jika diamati mie memiliki nilai simbolis karna disetiap perayaan ulang tahun mereka selalu menyajikan mie yang diyakini mewakili umur panjang dan jika memotong mie akan dipercaya mewakili nasib buruk (Juliano dan Hicks, 1990). Mie dapat pula dikategorikan sebagai salah satu komoditi pangan substitusi karena dapat berfungsi sebagai bahan pangan utama pengganti pangan pokok. Apabila kita pergi ke pasar maka akan sangat mudah untuk menemukan aneka jenis mie. Banyaknya jenis mie serta keanekaragamannya yang luas seringkali membuat konsumen mempertanyakan spesifikasi ataupun perbedaan dari setiap produk mie. Berbicara soal mie tentu bukan hal yang asing bagi banyak orang, bahkan dalam kegiatan sehari-hari mie dan produk sejenis mie telah dikenal dengan berbagai sebutan misalnya mie instan, mie telur, mie basah, mie bihun, sohon dan sebagainya. Lebih sederhananya beragam jenis mie ini dapat dikelompokkan berdasarkan bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan yaitu mie berbahan baku terigu dan non terigu.

Salah satu wisata kuliner di Jawa Timur, khususnya Kabupaten Jombang adalah kuliner Mie Gacoan (anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi) rumah makan Cabang Jombang yang berlokasi di Jl. Urip Sumoharjo No. 21 Jombang merupakan resto mie yang memberikan price to quality terbaik di kelasnya. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa dimana mereka bisa nongkrong, kerjakan tugas, ngobrol santai, dan eksis bareng. Mie Gacoan mempunyai Visi "Menjadi merk resto mie dengan jaringan terbesar di kelasnya". Mie Gacoan dalam Bahasa Jawa gacoan berarti jagoan atau andalan. Dengan kata lain, bisa dikatakan nama tersebut mengemban harapan agar mie yang di sajikan menjadi terbaik diantara yang pernah ada sebelumnya. Konsep di tawarkan di Mie gacoan ini bernuansa kekinian tidak kalah penting dengan yang lainnya. Mie Gacoan sebenarnya tidak lah berbeda dengan mie pedas yang sering orang ketahui. Konsumen bebas

memilih tingkat kepedasan sesuai selera. Istilah yang diberikan untuk tiap levelnya cukup unik, mulai dari angel, setan, hingga iblis. Konsumen yang tidak menyukai rasa pedas bisa pesan mie angel yang di sesuaikan tanpa cabai sama sekali. Sementara bagi konsumen yang ingin tantangan atau menambah selera makan bisa mencoba dengan level Mie setan atau bahkan Mie iblis. (Gitosudarmo, 2010) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta dengan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Mie Gacoan dengan porsinya yang cukup banyak di jamin konsumen puas. Konsumen bisa menikmati Mie Gacoan dengan harga 1 porsi tidak lebih dari Rp 10 ribu rupiah itu sudah bisa di nikmati dengan berbagai varian level dari tidak pedas sampai pedas yang di namakan mie iblis. Konsumen memilih makanan dan minum di Mie Gacoan, dilakukan oleh konsumen yang makan di tempat Mie Gacoan tidak lepas dari Keputusan Konsumen itu sendiri dalam menentukan dimana konsumen memutuskan dimana konsumen akan memilih makan Mie di tempat.

Keputusan memilih oleh konsumen di pengaruhi banyak hal yang salah satunya adalah perilaku konsumen. Karena sangat banyak minat konsumen untuk makan di tempat pada Mie Gacoan ini dengan mienya banyak varian rasa yang enak dan pedas. Dengan tempat yang dekorasinya sangat nyaman, bersih dan bisa digunakan juga untuk spot foto. Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan actual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, direct marketing, personal selling, dan public relations. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang dan jasa sama, promosi jasa sering kali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa (Tjiptono, 2014).

Walaupun banyak tempat makan mie tetap konsumen memilih Mie Gacoan karena beda dengan yang lainnya. Dengan faktor-faktor tersebut peneliti akan meneliti apakah berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih makan di tempat Mie Gacoan. Perilaku konsumen dalam memilih Mie Gacoan merupakan sesuatu yang seharusnya di pelajari oleh pemasar untuk mengetahui dan memahami cara konsumen dalam mengambil keputusan memilih oleh konsumen. Dalam hal tersebut menuntut peneliti untuk meneliti apa yang mempengaruhi konsumen dalam meneliti apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makan di tempat Mie Gacoan Cabang Jombang. Produk menurut Angiopora (2012) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan yang di butuhkan oleh konsuemen. Pemahaman tentang keputusan konsumen dalam memilih makan di tempat Mie gacoan dapat dilakukan dengan mengadakan penelitian dengan mengukur faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan konsumen memilih Mie Gacoan Cabang Jombang. Sehingga dalam penelitian ini peneliti mengangkat pembahasan penelitian tentang faktor- faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan konsumen memilih Mie Gacoan, dengan lokasi penelitian yang di laksanakan di Mie Gacoan Cabang Jombang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian *inferensial*, yaitu salah satu macam metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk melakukan analisis hubungan antara variabel dengan pengujian hipotesis yang di ajukan. Populasi yang nantinya peneliti pilih sebagai obyek penelitian ini Mie Gacoan Jombang adalah konsumen dari Mie Gacoan Jombang selama bulan desember 2022. Jumlah sampel yang di pakai dalam penelitian ini sebanyak 77 responden yang merupakan konsumen Mie Gacoan Jombang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel dari populasi yang telah ditentukan. Agar diperoleh data maka

dilakukan dengan metode kuesioner. Metode analisis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik dengan menggunakan program spss versi 21. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X1 = Harga

X2 = Varian menu

X3 = Pelayanan

X4 = Fasilitas

X5 = Lokasi

- Uji signifikan Pengaruh Parsial (Uji t) Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah X benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y
- Uji signifikan Pengaruh Simultan (Uji F) Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah X benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y.
- Koefisien determinasi (R²) Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R² antara nol dan satu. Pada penelitian ini koefisien determinasi (R²) menggunakan Adjusted R Square hal ini dikarenakan banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R Square pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik, tidak seperti R Square, nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali,2016:95).

Metode Analisis

Definisi operasional variabel pada penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu:

- Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Adapun variabel bebas dari penelitian ini adalah harga, varian menu pelayanan, fasilitas dan lokasi
- Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu keputusan pembelian..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden dan analisis statistik deskriptif kelima variabel meliputi harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi, dan keputusan pembelian. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent
Valid	Laki-laki	22	28.6
	Perempuan	55	71.4
	Total	77	100.0

Sumber: Data Diolah

Tabel 2
Usia

		Frequency	Percent
Valid	15-19 tahun	30	39.0
	20-24 tahun	42	54.5
	25-29 tahun	2	2.6
	30-34 tahun	2	2.6
	>35 tahun	1	1.3
	Total	77	100.0

Sumber: Data Diolah

Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 1. Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa sebanyak 22 (22%) responden pria dan sisanya sebanyak 55 (55%) adalah responden perempuan. Dengan demikian responden penelitian dengan sampel sebanyak 77 responden (77%) didominasi oleh responden yang berjenis kelamin wanita.

Usia

Dalam penelitian ini, usia responden dikelompokkan menjadi lima kelompok usia. Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada tabel 2. Berdasarkan tabel 2, jumlah responden berdasarkan usia dalam penelitian ini responden berusia 15-19 tahun sebanyak 30 orang (30%), usia 20-24 tahun sebanyak 42 orang (42%), usia 25-29 tahun sebanyak 2 orang (2%), usia 30-34 tahun sebanyak 2 orang (2%). Usia > 35 tahun sebanyak 1 orang (1%). Dengan demikian responden dengan kriteria usia didominasi oleh usia 20-24 tahun sebanyak 42 responden (42%)

Pekerjaan

Hasil analisis data berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 3. Berdasarkan tabel 3 jumlah responden berdasarkan pekerjaan responden yang masih pelajar/mahasiswa sebanyak 63 orang (63%), responden yang menjadi pengajar sebanyak 3 orang (3%), responden yang menjadi wirausaha sebanyak 3 orang (3%), responden yang menjadi ibu rumah tangga sebanyak 4 orang (4%), responden yang menjadi karyawan sebanyak 4 orang (4%). Dengan demikian responden penelitian berdasarkan pekerjaan didominasi oleh responden yang masih pelajar yaitu sebanyak 63 orang (63%).

Tabel 3

Pekerjaan		Frequency	Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	63	81.8
	Pengajar	3	3.9
	Wirausaha	3	3.9
	Ibu rumah tangga	4	5.2
	Karyawan	4	5.2
	Total	77	100.0

Sumber: Data Diolah

Tabel 4
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,226	2,695		-1,197	,235
	HARGA	,620	,325	,168	1,907	,061
	VARIAN MENU	,799	,238	,301	3,352	,001
	PELAYANAN	,012	,234	,007	,052	,959
	FASILITAS	,251	,351	,105	,714	,477
	LOKASI	1,024	,330	,418	3,099	,003

Sumber: Data Diolah

Analisis Regresi Linier Berganda

perhitungan regresi linier berganda antara harga(X1), varian menu (X2), pelayanan (X3), fasilitas (X4), lokasi (X5), dan keputusan pembelian (Y). dengan dibantu program SPSS 21 dapat diperoleh hasil sebagai berikut (Tabel 4). Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji ini adalah:

$$Y = -3,226 + 0,620X1 + 0,799X2 + 0,012X3 + 0,251X4 + 1,024X5$$

Keterangan

- Konstanta bernilai -3,226 artinya jika harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi tidak digunakan maka keputusan pembelian hanya bernilai -3,226
- Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,620 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel varian menu sebesar 0,799 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap varian menu semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,012 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap pelayanan semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,251 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.

- f. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 1,024 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap lokasi semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.

Uji t

Untuk uji signifikansi pengaruh kompensasi dan lingkungan digunakan uji-t atau uji parsial. Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel X terhadap Y. Sampel yang digunakan sebanyak 77 orang, sehingga pengujian menggunakan uji T dan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 maka diperoleh T tabel sebesar 1,67. Dari output diatas nilai sig. variabel harga 0,061 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 1,907.

- a. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X1 ditolak.
- b. Nilai sig variabel varian menu 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 3,352. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “varian menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X2 diterima.
- c. Nilai sig variabel pelayanan 0,959 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 0,052. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X3 ditolak.
- d. Nilai sig variabel fasilitas 0,477 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 0,714. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X4 ditolak.
- e. Nilai sig variabel lokasi 0,003 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 3,099. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X5 diterima.

Tabel 5
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,226	2,695		-1,197	,235
	HARGA	,620	,325	,168	1,907	,061
	VARIAN MENU	,799	,238	,301	3,352	,001
	PELAYANAN	,012	,234	,007	,052	,959
	FASILITAS	,251	,351	,105	,714	,477
	LOKASI	1,024	,330	,418	3,099	,003

Sumber: Data Diolah

Tabel 6
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3583,981	4	895,995	58,368	,000 ^b
	Residual	1105,266	72	15,351		
	Total	4689,247	76			

Sumber: Data Diolah

Tabel 7
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	,874 ^a	,764	,751	3,918	,764	58,368	4

Sumber: Data Diolah

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kompensasi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi, Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dari output SPSS diatas, nilai sig F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak (H_a diterima) artinya terdapat pengaruh secara simultan antara harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square yaitu sebesar 0,764 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi dapat menerangkan variabel keputusan pembelian sebesar 76,4%, sedangkan sisanya sebesar 23,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Jombang

Berdasarkan uji t diatas nilai sig. variabel harga 0,061 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif yaitu sebesar 1,907. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel "harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian" sehingga X_1 ditolak. Untuk penelitian ini, bertentangan dengan pernyataan (Kotler dan Armstrong, 2005) mengenai elastisitas harga artinya konsumen tidak perlu mementingkan variabel harga dalam keputusannya dalam membeli menu pada Mie Gacoan Jombang. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Bairizki (2017) berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies dari hasil penelitian tersebut tidak adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Jombang

Berdasarkan uji t diatas nilai sig. variabel varian menu 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai postif yaitu sebesar 3,352. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “varian menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X2 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa varian menu diperlukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Pada mie Gacoan Jombang menawarkan banyak varian menu seperti Mie, dimsum, dan Minuman. Menu mie menyajikan berbagai level kepedasan sesuai keinginan konsumen. Bagi konsumen tidak suka pedas. Mie gacoan menyediakan Mie Angel. Dari mayoritas konsumen mie gacoan tidak hanya membeli mie saja namun mereka membeli menu tambahan yaitu dimsum. Setelah mereka memakan mie tersebut dilanjutkan dengan memakan dimsum. Dengan adanya dimsum menambah tingkat kekenyangan konsumen. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Rahayu (2021) yang berjudul Keputusan Pembelian ditinjau dari varian menu, kualitas pelayanan dan rasa dari hasil penelitian tersebut tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Jombang

Berdasarkan uji t diatas nilai sig. variabel pelayanan 0,959 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai postif yaitu sebesar 0,052. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X3 ditolak. Dibuktikan dengan pelayanan pada Mie Gacoan Jombang yang lama dalam menunggu pesanan, antrian yang panjang untuk memesan menu menjadi ciri khas Mie Gacoan. Agar memberikan pelayanan yang cepat maka dicarikan solusi untuk mengatasinya. Dari segi karyawan agar diberikan reward guna meningkatkan kinerja dalam melayani para konsumen. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ramadani (2020) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone dari hasil penelitian tersebut tidak adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Jombang

Berdasarkan uji t diatas nilai sig. variabel fasilitas 0,477 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai postif yaitu sebesar 0,714. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X4 ditolak. Fasilitas pada Mie Gacoan terutama pada kursi dan meja kurang berbading terbalik dengan konsumen yang berdatangan. Sehingga konsumen harus menunggu kursi yang kosong apabila makan ditempat Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Gama dkk. (2016) berjudul Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati dari hasil penelitian tersebut tidak adanya pengaruh terhadap.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Jombang

Berdasarkan uji t diatas nilai sig. variabel lokasi 0,03 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai postif yaitu sebesar 3,099. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel “lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian” sehingga X5 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa lokasi mie gacoan jombang strategis karena berada di tengah kota, dan bisa dijangkau dengan kendaraan pribadi tempat tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Kelvinia dkk. (2021) berjudul Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dari hasil penelitian tersebut adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Diketahui bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Diketahui bahwa secara parsial varian menu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Diketahui bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Diketahui bahwa fasilitas merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Diketahui bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Jombang. Harga, varian menu, pelayanan, fasilitas, lokasi, sebagai simultan memengaruhi signifikan mengenai keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies). *Jurnal Valid*, 14(2), 71–86.
- Gama, A., Rustiarni, W., & Nita, P. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 11(1), 22–30.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. 10.55601/jwem.v11i2.795.
- Maria Agatha W., M. P. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Rahayu, A. (2021). Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Varian Menu, Kualitas Pelayanan, dan Rasa. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(3), 368-376. 10.46799/jsa.v2i3.194.

Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *IQTISHA Dequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 36–46. 10.51804/iej.v1i2.540.

Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167.