

Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJM/index>

Research Article

The Effect of Price, Location and Service Quality on Buying Interest Mie Pangsit Acen

(Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen)

Pesta Gultom¹, Zaruwarnas Zalogo²

Manajemen, STIE Eka Prasetya, Indonesia

*Correspondence: zalogozaruwarnas@gmail.com

Keywords:

Harga,
Lokasi,
Kualitas Layanan,
Minat Pembelian,

Abstrac

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan Persamaan Minat Beli = $1,429 + 0,084 + 0,235 + 0,406 + e$. Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen Nilai hitung (1,151) < ttabel (1,983) dan nilai signifikansi variabel Harga sebesar $0,253 > 0,05$. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen Nilai hitung (3,305) > ttabel (1,983) dan nilai signifikansi variabel lokasi sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas layanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap isi daya untuk nouilles à boulettes d'acné Nilai perhitungan (7,175) > tabel (1,983) dan nilai signifikansi variabel Kualitas layanan $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian hipotesis secara bersamaan tidak berhubungan dengan hasil pengujian F yang berisi variabel Harga, Ketenagakerjaan, dan Kualitas layanan yang secara bersamaan mempengaruhi isi dari boulettes d'acné, dengan nilai Fhitung de > Ftabel de $21,767 > 2,69$, nilai signifikansi de $0,000 < 0,05$. Jumlah Makanan Sisanya 0,375 atau 37,5% Kualitas Makanan untuk Makanan Baru Pangsit mempengaruhi variabel Harga, Ketenagakerjaan, dan Kualitas Layanan, sementara 62,5% restoran tidak mempengaruhi variabel lain.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, membuat persaingan dalam dunia bisnis di Indonesia sangat ketat dan sulit. Sehingga salah satunya adalah bisnis kuliner yang mudah dikenal oleh masyarakat sekarang. Sehingga membuat para pembisnis dituntut kreatif membuat konsep berbeda-beda untuk bersaing mulai sari konsep hidangan cepat saji yang ditujukan kepada masyarakat yang sibuk dan tidak mempunyai waktu untuk menunggu makanan yang diinginkan dan saat ini hal tersebut meluas dengan maraknya bisnis industry yang menawarkan tempat makan yang nyaman bagi pelanggan.

Dengan kondisi masyarakat yang beda-beda atau kebutuhan oleh karena itu pelaku usaha harus memperhatikan perilaku konsumen sekitar serta menjaga hubungan dengan konsumen agar konsumen merasa diperlakukan dengan baik. Pelaku konsumen harus memperhatikan harga, lokasi tersebut dan kualitas pelayanan. Tiga hal pada saat ini konsumen memetingkan harga jual kenyamanan dari tempat tersebut dan begitu juga dengan kualitas pelayanan. Dari permasalahan dia atas pelaku usaha bisa memenangkan persaingan dan pada akhirnya membuat Minat beli yang tinggi pada konsumennya.

Dengan kondisi masyarakat yang beda-beda atau kebutuhan oleh karena itu pelaku usaha harus memperhatikan perilaku konsumen sekitar serta menjaga hubungan dengan konsumen agar konsumen merasa diperlakukan dengan baik. Pelaku konsumen harus memperhatikan harga, lokasi tersebut dan kualitas pelayanan. Tiga hal pada saat ini konsumen memetingkan harga jual kenyamanan dari tempat tersebut dan begitu juga dengan kualitas pelayanan. Dari permasalahan dia atas pelaku usaha bisa memenangkan persaingan dan pada akhirnya membuat Minat beli yang tinggi pada konsumennya.

Sebelum konsumen melakukan pembelian, konsumen seringkali mempertimbangkan produk yang diinginkan menurut pandangan mereka sendiri apakah layak digunakan sebuah produk tersebut atau tidak layak digunakan, dengan cara mereka memberi nilai sebuah produk tersebut. Oleh karena itu minat beli diartikan sebuah kondisi dimana konsumen memusatkan perhatiannya terhadap sesuatu yang membuat tertarik dengan perasaan senang terhadap produk tersebut yang kemudian timbul perasaan yang menyakinkan bahwa produk tersebut mempunyai manfaat sehingga konsumen ingin menggunakan dan memperoleh produk tersebut.

Mie pangsit Acen merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner yaitu mie pangsit, usaha tersebut telah berdiri sejak tahun 2010, berlokasi di Jl Sei kera No 225, Kota Medan, Adanya perkembangan teknologi di wabah pandemic membuat pengusaha tersebut sulit bersaing. Salah satunya adalah Industri makanan bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat sebagai konsumen dalam minat beli diusaha mie pangsit tersebut. Berikut ini adalah data penjualan Mie pangsit Acen.

Permasalahan adalah Harga yang tetapkan untuk produk yang ditawarkan oleh Mie Pangsit Acen dinilai konsumen masih mahal. Kerena disekitar lokasi jualan Mie Pangsit Acen ada juga yang berjualan mie pangsit seperti Mie pangsit Anam dan Mie Pangsit L.Pakam yang berjarak sekitar 500 meter dan 800 mtr yang sudah berperan lebih lama berjualan mie pangsit dari pada Mie Pangsit Acen. Pada tabel 1.2 dapat dilihat perbandingan harga yang terjadi:

Tabel 1. Perbedaan Harga Produk Sejenis

Jenis Makanan	Harga		
	Acen	Anam	L. Pakam
Mie Pangsit	Rp. 12.000	10.000	10.000

Sumber: Mie Pangsit Acen

Lokasi merupakan sebuah tempat yang digunakan oleh pelaku usaha untuk membangun usaha yang suasananya yang nyaman dan strategis sehingga membuat konsumen tertarik dengan suasana tempat usaha tersebut. Pemasalahan pada lokasi Mie Pangsit Acen sangat kurang strategis karena lokasi yang mereka tempati bukan jalan raya yang ramai masyarakat lewati dan kurang di kenal oleh masyarakat sekitar. Menurut Lupiyoadi dalam Fajar Fahrudin and Yulianti (2015) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Pada survey awal, pemilik Mie Pangsit Acen memberikan 5 form yang telah diisi pelanggan, seperti terlihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Tabel From Pelanggan Mie Pangsit Acen

NO	Kritikan	Saran
1	Kalau kita bertanya kepada anggota mereka tidak merespon dengan baik	Anggota harus banyak seyum
2	Pelayanan kurang bagus	Yang punya usaha harus memberikan arahan untuk sopan melayani
3	Karyawannya kurang rapi dan kurang menjaga kebersihan	Karyawan harus menjaga keberishan dan nyaman
4	Kurang nyaman dan kurang bersih	harus memberikan kenyamanan bagi konsumen
5	Anggotanya kurang rapih dan bersih	Bos harus memeperhatikan anggotnya

Sumber: Form isi dari Mie Pansit Acen

Dari pada tabel 2 diatas dapat disimpul bahwa kualitas pelayanan Mie Pangsit Acen terhadap pelanggan masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan ini akan menjadi permasalahan yang harus di perhatikan oleh Mie Pangsit Acen dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Menurut EL-refae dalam Haryani (2019), Kualitas layanan adalah sebuah evaluasi terfokus yang mencerminkan persepsi pelanggan atas elemen dari layanan seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil.

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan, maka yang menjadi tujuan dilaksanakannya penelitian adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen, untuk mengetahui apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen, untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen.

Metode

Penelitian ini melakukan penyebaran kusioner dan mengajukan beberpa pernyataan secara langsung. Angket atau yang disebut juga dengan kuesioner ialah suatu teknik mengumpulkan data yang disebut susunan butir soal (pertayaan) tertulis yang diberikan pada responden untuk menjawabnya. Menurut Sugiyono 2010 Mengenai hal ini, dalam penyusunan kuesioner dapat menjawab setiap butir soal dengan memberikan tanda pada jawaban pilihannya. Menurut Prof. Dr. Eri Barlian. MS (2017) Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer adalah data yang langsung diterima dari sumber data responden, sampel, Informan), sedangkan sumber skunder adalah tidak langsung memperoleh data dari sumber data, atua memperoleh data dari pihak ke tiga atau pengumpulan data, seperti dokumen BPJS, Camat, Puskesmas, Registrasi.

Populasi adalah orang yang menjadi subjek penelitian atua orang yang karakteristiknya hendak diteliti menurut Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty (2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di Mie Pangsit Acen yang tidak dapat dipastikan besar jumlahnya.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini memliki dua makna, yaitu semua unit populasi harus memiliki pelangan untuk terambil sebagai unit sampel, dan sempel dipandang untuk terambil sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil (miniature populasi) Menurut Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty (2021). Dalam pengambilan sampel dipenelitian ini menggunakan metode Hair. Menurut Hair et al dalam Muharmi, Habibah, dan Sari (2019), menetapkan jumlah dari sampel sekurang-kurangnya adalah lima kali dari total item variabel yang digunakan pada sebuah penelitan, atau sebanyak sepuluh kali dari total jumlah item variabel. Pada penelitian ini menggunakan 21 item varaiabel, jadi batas minimum jumlah sempel dalam penelitian ini adalah $21 \times 5 = 105$ responden sedangkan batas maksimal jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $21 \times 5 = 105$ responden. Maka, peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden. Berikut definisi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Devenisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Harga	Berdasarkan pendapat para ahli yang ada diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa Harga adalah sebuah patokan yang telah ditentukan oleh penjual pada suatu barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen untuk memiliki atau memanfaatkan dari suatu barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan harga (rice reliability) 2. Harga relative (relative price) 3. Rasio harga-kualitas (quality-price ratio) 4. Kewajaran harga (price fairness) 5. Transparansi harga (price transparency) 6. Keyakinan harga (Price confidence) <p>Sumber : Leonnard et al dalam Yasa (2020)</p>	Skala <i>Likert</i>
Lokasi	Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian lokasi adalah suatu tempat yang strategi dalam membangun usaha dan tempat yang mudah di jakau oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. aksesibilitas 2. Visibilitas 3. lalu lintas (traffic) 4. ekspansi 5. lingkungan 6. persaingan. <p>Sumber : Leonnard et al dalam Yasa (2020)</p>	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan	Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan harga atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen untuk menjadi pengendali perkembangan harga.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible (Bukti Langsung) 2. Reliability (Kehandalan) 3. Responsiveness (Daya Tanggap) 4. Assurance (Jaminan) 5. Emphaty (Empati). <p>Sumber : Tjiptono dalam Fahrudi (2015)</p>	Skala <i>Likert</i>

Minat Beli	Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan minat beli adalah kamauan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang tidak dipaksa oleh pihak lain dan konsumen percanya dengan kualitas barang dan jasa yang akan dibelinya.	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif Sumber : Tjiptono dalam Aptaguna (2016)	Skala <i>Likert</i>
------------	--	---	---------------------

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli konsumen adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa. Model persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Minat Beli (*dependent variable*)
- X1 = Harga (*independent variable*)
- X2 = Lokasi (*independent variable*)
- X3 = Kualitas Pelayanan (*independent variable*)
- a = konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Deskripsi responden merupakan gambaran atau penjelasan yang diberikan tentang karakteristik atau profil seseorang yang menjadi responden dalam suatu penelitian atau survei, misalnya jenis kelamin, usia, dan frenkuensi pengujung. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah 105 konsumen Mie Pangsit Acen selama 2023. Diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin yang paling mendominasi adalah perempuan, dengan usia yang paling mendominasi adalah pada usia 26 tahun sampai 35 tahun, responden dengan frekuensi pengujung yang paling mendominasi adalah dengan frekuensi pembelian lebih dari dua kali seminggu.

Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan statistic dapat menggunakan metode One Kolmogorov-Smirnov, kriteria pengujiannya:

1. jika signifikansi > 0,05 berarti data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi < 0,05 berarti data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas secara statistic dengan menggunakan metode One Kolmogorov-Smirnov seperti pada tabel Tabel 4di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70461824
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.041
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4 diatas, diketahui bahwa nilai signifikasi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali dalam Rohmawati 2018, nilai cut off yang umum di gunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil dari pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.991	1.009
	Lokasi	1.000	1.000
	Kualitas Pelayanan	.991	1.009

a. Dependent Variable: Minat Beli

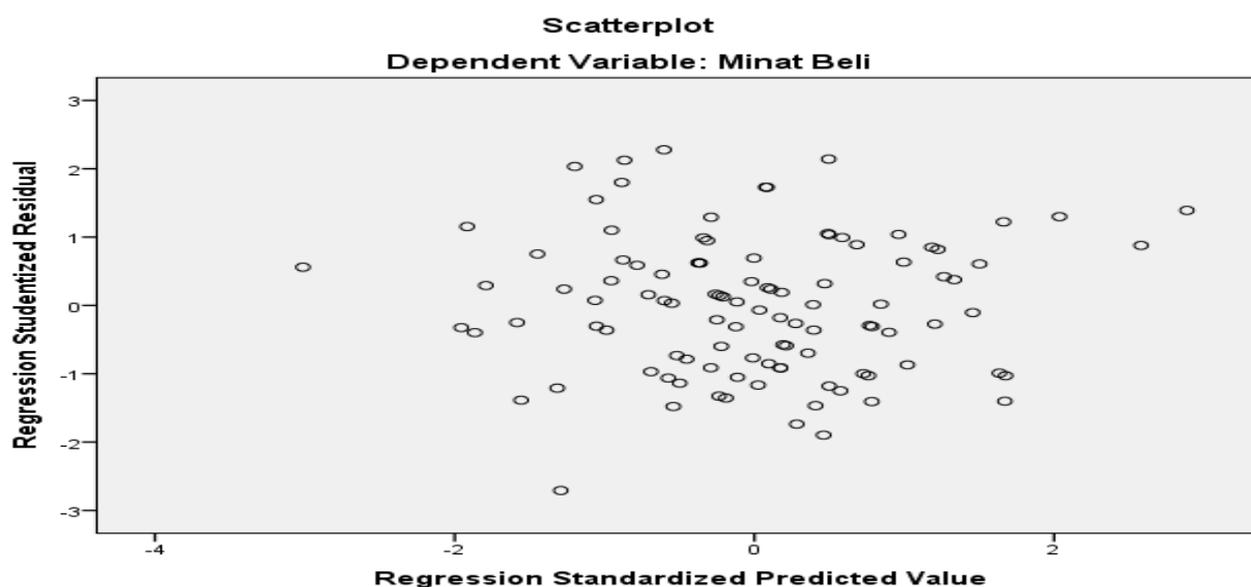
Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 5 terlihat bahwa semua dimensi yakni Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi Multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Kurniawan (2020) uji heteroskedastisitas yaitu uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain daam model regresi.

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan dari Gambar 1 diatas dapat terlihat bahwa titik-titik pola pada grafik menyebar secara merata baik diatas maupun dibawah sumbu 0 pada grafik, hal tersebut membuktikan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Berikut hasil dari pengujian analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.429	4.658
	Harga	.084	.073
	Lokasi	.235	.071
	Kualitas Pelayanan	.406	.057

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil output SPSS tersebut, diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

$$\text{Minat Beli} = 1,429 + 0,084 + 0,235 + 0,406 + e$$

Konstanta (a) = 1,429 artinya menunjukkan nilai konstan, jika nilai variabel bebas (X1) Harga, X2 Lokasi dan X3 Kualitas Pelayanan bernilai 0 maka Minat Beli adalah tetap 1,429. Koefisien X1(b1) = 0,084 menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Beli sebesar 0,084. Artinya setiap peningkatan Harga (X1) sebesar 1 satuan, maka Minat Beli akan meningkat sebesar 8,4%. Koefisien X2(b2) = 0,235 menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 0,235. Artinya setiap peningkatan Harga (X2) sebesar 1 satuan, maka Minat Beli akan Meningkatkan sebesar 24,5%. Koefisien X3(b3) = 0,406 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 0,406. Artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 1 satuan, maka Minat Beli akan Meningkatkan sebesar 40,6%.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial atau tidak Minat Beli.

Hasil dari uji t dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	.307	.760
	Harga	1.151	.253
	Lokasi	3.305	.001
	Kualitas Pelayanan	7.175	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

Nilai thitung pada Harga (X1) adalah sebesar 1,151, dengan tingkat signifikan 0,253. Ini artinya thitung lebih besar dari ttabel, yaitu $1,151 > 1.983$ dan dengan tingkat signifikan $0,253 > 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel Harga tidak signifikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1, yaitu Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Nilai thitung pada Lokasi (X2) adalah sebesar 3.305, dengan tingkat signifikan 0,001. Ini artinya thitung lebih besar dari ttabel, yaitu $3.305 > 1.983$ dan dengan tingkat signifikan $0,001 > 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel Lokasi signifikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 tolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2, yaitu Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Nilai thitung pada Kualitas Pelayanan (X3) adalah sebesar 7.175, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya thitung lebih besar dari ttabel, yaitu $7.175 > 1.983$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan signifikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 tolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3, yaitu Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen.

Uji Simultan

Menurut Priyatno (2018), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dengan diketahuinya df (Pembilang) adalah 3 dan df (Penyebut) adalah 101, maka dapat diperoleh nilai ttabel tersebut yaitu sebesar 2,69. Sedangkan nilai Fhitung akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai Ftabel pada tingkat $\alpha = 5\%$.

Hasil dari uji F dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491.873	3	163.958	21.767	.000 ^b
	Residual	760.756	101	7.532		
	Total	1252.629	104			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 21,767 dengan tingkat keyakinan 95%, df (Pembilang) = 3, df (Penyebut) = 101, maka nilai Ftabel sebesar 2,69. Karena Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2018), Adjusted R Square adalah R Square yang telah disesuaikan. Adjusted R Square biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen. Menurut Herlina (2019), “Analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”.

Hasil dari Uji R^2 dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.375	2.744
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga				
b. Dependent Variable: Minat Beli				

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa 37,5% Minat Beli terhadap Mie Pangsit dipengaruhi oleh variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya yaitu 62,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang berasal dari luar variabel penelitian ini seperti Kepuasan, loyalitas, cita rasa dan berbagai variabel lainnya.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Hal tersebut dapat terjawab karena Mie Pangsit Acen dinilai memberikan Harga pangsit yang lebih tinggi sehingga kurang Minat Beli konsumen dengan Mie Pangsit Acen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aptaguna (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Jasa Go-jek.

Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Hal tersebut dapat terjawab karena Lokasi Mie Pangsit Acen mudah dijangkau oleh konsumen dan strategis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica (2018) dengan judul Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Hal tersebut dapat terjawab karena Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Mie Pangsit Acen sangat baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilasari (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome.

Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, diketahui bahwa variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mie Pangsit Acen. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadiyah (2021) dengan judul Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen di Usaha BUMDesa Pengalangan Menganti Gresik dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, lokasi dan Kualitas Pelayanan.

Kesimpulan

Pada hasil dan pembahasan penelitian menunjukkan beberapa kesimpulan, hasil analisis regresi linier berganda yang masing-masing variabel bebas tidak bernilai, maka minat beli adalah sebesar konstanta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Lokasi dan kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mie Pangsit Acen. Pada hasil koefisien determinasi atau R square diketahui bahwa variabel bebas yaitu Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan keterkaitan dengan Minat Beli Mie Pangsit Acen sebesar 37,5%.

Daftar Pustaka

- Aptaguna A, Pitaloka E. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. 2016;3.
- Fajar Fahrudin M, Yulianti E. Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. 5:149–162. doi:10.14414/jbb.v5i1.385
- Haryani DS. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan pada Bank Riau Kepri Syariah Tanjungpinang. *J Benefita*. 2019;4(2):243. doi:10.22216/jbe.v4i2.3193
- Monica E. Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso. *Int J Soc Sci Bus*. 2018;2(3):141. doi:10.23887/ijssb.v2i3.16214
- Intan P, Sari P. Studi Tentang Minat Beli Ulang Produk Tupperware Di Kota Pekalongan. *J Sains Pemasar Indones*. 2016;XV(2):119–129.
- Dkk N. *Teori Planned Behavior dan Asuransi Syariah - Google Books*. Vol 7. Dr. Syihab. (Najmudin, Syihabudin, Atiah S, ed.); 2022. http://www.joi.isoss.net/PDFs/Vol-7-no-2-2021/03_J_ISOSS_7_2.pdf
- Hidayati NL. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Jurnal J, Mea I. KEBIJAKAN HUTANG DAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). 2022;6(1):991–1003.
- Noviyanti I, Sunarsi D, Wijoyo H. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *J Econ Manag Account Technol*. 2021;4(1):43–54. doi:10.32500/jematech.v4i1.1447
- Bakti U, Septijantini Alie M. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. Vol 22.; 2020. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Tyas RR, Setiawan A. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid J Ekon dan Perbank Syariah*. 2012;3(2):277. doi:10.18326/muqtasid.v3i2.277-297
- Kurniawan R, Kelengkapan Produk dan P, Yuniar Aisah Krismonita dan. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Express Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Express Sukabumi).

- Latief A. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *J Manaj dan Keuang.* 2018;7(1):90–99.
- Tanudjaya PK. Pengaruh Kualitas Pelayanan Klinik Gigi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Sehingga Meningkatkan Keinginan Untuk Berobat Kembali. *J Manaj dan Pemasar Jasa.* 2014;7(1):39–60. doi:10.25105/jmpj.v7i1.520
- Melati R, Yusnita RT, Rahwana KA. Purchasing Decision Analysis Is Reviewed From Lifestyle, Price Perception And Product Quality. *J Indones Manag.* 2022;2(3):905–918. doi:10.53697/jim.v2i3.947
- Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty P. *POPULASI, SAMPEL, VARIABEL.* (Nasrudin M, ed.); 2021.
- Robin, Pramudana C. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar pada SPBU Singapore Station Katamso Medan. *J Sustain Bus.* 2021;2(1):18–51. <http://journal.pdmi-pusat.org/index.php/jsbh/article/view/19/21>
- Rohmawati Z. Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *J Ris Entrep.* 2018;1(2):19. doi:10.30587/jre.v1i2.418
- Priyatno D. *Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum.*; 2018.