
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PELAYANAN DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN RUMAH MAKAN ADITYA JAYA
DI KABUPATEN ACEH BESAR**

*(An Analysis Of The Impact Of Product Quality, Price, Service And Location Toward
Consumer Decision at Aditya Jaya Restaurant in Aceh Besar Regency)*

Era Savia¹, T. Makmur¹, Edy Marsudi^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak - Keputusan konsumen merupakan sebuah tindakan konsumen untuk membeli suatu produk yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya di Kabupaten Aceh Besar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan menggunakan kuisioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen rumah makan Aditya Jaya. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel. Metode analisis yang digunakan yaitu model analisis Chi-Square dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan beberapa faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen.

Kata kunci : Keputusan Konsumen, Kualitas Produk, Harga, Pelayanan, Lokasi.

Abstract - The consumer decision is an act of consumers to buy a product that is affected by several factors such as product quality, price, service and location. Decision-making is an activity of individuals who are directly involved in obtaining and using the goods offered. This study analyzes the influence of product quality, price, service and location toward consumers decision Aditya Jaya restaurant in Aceh Besar Regency. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, service and location of the consumers of Aditya Jaya Restaurant. The method used is a survey method using questionnaires and interviews. The population in this study is the consumers of Aditya Jaya Restaurant. The samples taken as many as 100 respondents using the technique of Non-Probability Sampling with accidental sampling approach, sampling technique based on chance, who happened to meet with the researchers can be sampled. The analytical method used is the model Chi-Square analysis using SPSS. Based on the research that the quality of products, prices and services significantly affect consumer decisions while the location did not significantly affect consumer decisions Aditya Jaya Restaurant. For further research is expected to explain some of the other factors that influence consumer decisions..

Keywords: Consumer Decisions, Product Quality, Price, Services and Location

PENDAHULUAN

Usaha rumah makan adalah suatu usaha yang diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek cukup bagus. Namun sering kali ada usaha yang pada akhirnya gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Terjadinya suatu kesuksesan usaha dibidang pelayanan makanan dan minuman ini tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan konsumennya. Bisnis kuliner menjadi ladang bisnis yang menarik minat banyak orang. Sebagai salah satu upaya untuk memenuhi tuntutan tersebut, maka diperlukan serangkaian strategi yang tepat untuk memenuhi tuntutan keputusan konsumen agar konsumen tidak lari kepada pesaing lain.

Pemahaman perusahaan berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan price, promotion dan place. Tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Munfaat (2003) menyatakan ada lima sumber kekuatan persaingan yang harus diantisipasi dan dipahami perusahaan agar dapat menyusun strategi bersaing sehingga mampu memenangkan persaingan. Kelima kekuatan tersebut adalah ancaman yang datang dari supplier, ancaman pendatang baru, ancaman dari konsumen, ancaman dari perusahaan yang menghasilkan produk substitusi, dan ancaman dari perusahaan sejenis.

Harga juga merupakan variabel penting dalam pemasaran. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2002). Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula

Faktor lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Raharjani (2005), strategi lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya (Rumah Makan) di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan.

Selain lokasi, pelayanan juga dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 1999). Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Rumah Makan Aditya Jaya merupakan sebuah perusahaan jasa yang berlokasi di Jalan Lama Blang Bintang (belakang pertamina bandara Sultan Iskandar Muda) Gampong Cot Mancang Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar. Sofyan Hasan merupakan pemilik dari Rumah Makan Aditya Jaya, rumah makan ini bertujuan memberikan kepuasan pada konsumen, untuk itu Rumah Makan Aditya jaya harus memiliki daya saing yang tinggi agar mampu memenuhi keinginan konsumen agar tercipta loyalitas yang tinggi dan konsumen pengunjung rumah makan Aditya Jaya diperkirakan dalam setiap harinya mencapai 100 orang dari semua jenis kalangan. Ketertarikan konsumen terhadap menu khas Aceh yang disediakan rumah makan ini menyebabkan konsumen memberikan julukan untuk rumah makan ini adalah "Ayam Pramugari" dikarenakan lokasi usaha dekat dengan bandara dan bentuk kaki ayam ini panjang seperti layaknya pramugari. Rumah makan Aditya Jaya menawarkan beberapa menu khas Aceh diantaranya Ayam Goreng Kampong, Kari Ayam, Gulai Kambing, Air Timun Serut, Air Pepaya Serut dan Jus Jeruk Peras

Dari uraian latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya di Kabupaten Aceh Besar. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya di Kabupaten Aceh Besar.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada rumah makan Aditya Jaya yang terletak di Jalan Lama Blang Bintang Gampong Cot Mancang Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar. Objek penelitian ini terfokus pada konsumen rumah makan Aditya Jaya. Adapun ruang lingkup penelitian ini terbatas pada pengaruh pada kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya di Kabupaten Aceh Besar.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen rumah makan Aditya Jaya di Aceh Besar. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang responden. Pada penelitian ini populasinya sangat besar dan jumlahnya tidak diketahui maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan dengan rumus slovin (Sugiyono, 2004).

$$n = \frac{z^2}{4 (moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2}$$

$$= 96,6 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bias ditoleransi, biasanya sebesar 10%

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan Accidental sampling, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika orang tersebut sesuai atau cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2000).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey adalah metode yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimum dan Effendi, 2003). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai pengumpul data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, skripsi, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui system On-line (Internet) yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode analisis yang digunakan penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat. Dalam penelitian ini analisis kualitatif tersebut adalah hasil pertanyaan responden dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, kemudian jawaban dengan skor terbanyak yang disimpulkan.

Untuk mendapatkan data kuantitatif, digunakan skala *Likert* yang diperoleh dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang digolongkan kedalam lima tingkatan. Penentuan nilai (*score*) pilihan dibatasi dengan jarak interval 1. Skor dari pilihan tersebut antara lain 1, 2, 3, 4 dan 5. Komposisi dari masing- masing nilai pilihan tersebut adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2004):

Tabel 1. Skor Pengukuran Kuesioner Terhadap Responden Rumah Makan Aditya Jaya

Pilihan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, (2004)

Untuk menguji pengaruh antara variabel faktor terhadap keputusan konsumen digunakan uji statistic dengan menggunakan Chi-Square (Priyatno, 2005):

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana:

F0 = Banyaknya observasi

Fh = Banyaknya observasi yang diharapkan

Derajat kebebasan (df) adalah: (jumlah baris-1) (jumlah kolom-1)

Dengan ketentuan:

Jika $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}^{(B-1)(k-1)}$, pada taraf 0,05 maka terima H_a tolak H_0

Jika $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}^{(B-1)(k-1)}$, pada taraf 0,05 maka terima H_0 tolak H_a

Dengan Hipotesis sebagai berikut:

H_a = variable kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen rumah makan.

H_0 = variable kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen rumah makan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 20 – 29 tahun sebanyak 44 (44%), diikuti dengan usia responden kurang dari 30 – 39 tahun sebanyak 19 orang (19%). Jumlah responden yang terendah adalah

pada umur > 50 tahun yaitu sebanyak 8 orang (8%). Proporsi demikian menunjukkan adanya distribusi umur yang mencolok adalah pada umur yang masih relatif muda. Hal ini disebabkan karena pada umur tersebut biasanya seseorang memiliki kesenangan yang cukup banyak dibanding pada umur tua.

Tabel 2. Kategori Umur Responden di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1.	< 20 tahun	14	14
2.	20 – 29 tahun	44	44
3.	30 – 39 tahun	19	19
4.	40 - 49 tahun	15	15
5.	>50 tahun	8	8
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Diketahui bahwa untuk jenis kelamin perempuan memiliki jumlah yang lebih banyak dibanding jenis kelamin laki-laki yaitu 62 perempuan dan 38 laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki aktivitas dan keinginan kuliner yang lebih besar dibandingkan laki-laki.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-Laki	38	38
2.	Perempuan	62	62
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 56 orang (56%) berpendidikan Perguruan Tinggi yaitu sarjana dan D3, diikuti oleh responden yang berpendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas) sebanyak 27 orang (27%). Hal ini memberikan penjelasan bahwa konsumen berpendidikan Perguruan Tinggi merupakan konsumen yang cukup potensial dalam pembelian

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1.	SD	2	2
2.	SMP	12	12
3.	SMA	27	27
4.	D3	18	18
5.	Sarjana	38	38
Total		100	100

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Jenis Pekerjaan Responden di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	29	29
2.	PNS	22	22
3.	Swasta	21	21
4.	Wiraswasta	24	24
5.	Lain-Lain	4	4
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 29 orang (29%), diikuti dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 24 orang (24%). Jumlah responden terendah adalah jenis pekerjaan lain-lain seperti Ibu Rumah Tangga sebanyak orang 4 orang (4%).

Deskripsi responden berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Tingkat Pendapatan Perbulan Responden di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
1.	< Rp. 100.000	2	2
2.	Rp. 100.000 – Rp. 500.000	14	14
3.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	30	30
4.	Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	50	50
5.	> Rp. 5.000.000	4	4
Total		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian responden adalah denganpendapatan dari Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 50 orang(50%),diikuti oleh responden pendapatan kurang Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 30 orang

(30%). Hal ini menunjukkan bahwa kalangan orang yang memiliki pendapatan yang tidak terlalu tinggi sebagai salah satu kelompok konsumen Rumah Makan Aditya Jaya.

Analisis Deskriptif

Untuk mencari nilai rentang skor menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = (m-n)/k$$

$$RS = (5-1)/5 = 0,80$$

Dimana:

RS = rentang skala
m = skor maksimal
n = skor minimal
k = jumlah kategori

Tabel 7. Hasil Tanggapan Responden dari Setiap Faktor

Variabel	Rata-Rata Keseluruhan Skor
Kualitas Produk	3.92 (Tinggi)
Harga	3,83 (Tinggi)
Pelayanan	3,90 (Tinggi)
Lokasi	3,35 (Sedang)
Keputusan Konsumen	4,39 (Sangat Tinggi)

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa faktor kualitas produk, harga dan pelayanan menempati kategori tinggi, lokasi menempati kategori sedang dan keputusan konsumen menempati kategori sangat tinggi.

Pengujian Validitas

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel pada penelitian ini mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel untuk sampel 100 responden yaitu 0,197. Nilai r hitung setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 8. Hal ini menunjukkan semua indikator setiap variabel tersebut adalah valid.

Tabel 8. Hasil Pengujian Validasi Data Penelitian di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk :			
	Indikator 1	0,699	0,197	Valid
	Indikator 2	0,735	0,197	Valid
	Indikator 3	0,688	0,197	Valid
2	Harga :			
	Indikator 1	0,760	0,197	Valid
	Indikator 2	0,784	0,197	Valid
	Indikator 3	0,540	0,197	Valid
3	Pelayanan :			
	Indikator 1	0,674	0,197	Valid
	Indikator 2	0,824	0,197	Valid
	Indikator 3	0,617	0,197	Valid
4	Lokasi :			
	Indikator 1	0,825	0,197	Valid
	Indikator 2	0,754	0,197	Valid
	Indikator 3	0,582	0,197	Valid
5	Keputusan Pembelian :			
	Indikator 1	0,766	0,197	Valid
	Indikator 2	0,809	0,197	Valid
	Indikator 3	0,765	0,197	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Uji Reliabilitas

Pada Tabel 9 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai koefisien Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel, sehingga untuk selanjutnya indikator-indikator pada masing-masing konsep variabel sebagai alat ukur.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Data Penelitian di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,753	Reliabel
Harga	0,702	Reliabel
Pelayanan	0,757	Reliabel
Lokasi	0,699	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,787	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil uji Chi-Square diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Chi-Square Pada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.745 ^a	6	.071
Likelihood Ratio	7.921	6	.154
Linear-by-Linear Association	3.510	1	.022
N of Valid Cases	100		

Sumber: Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat nilai X^2_{hitung} sebesar 10.745 sedangkan X^2_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) 6 adalah sebesar 9.488. Oleh karena itu, $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$, dan dapat diketahui juga dari nilai *Asymp. Sig* yang diperoleh adalah 0,017 yang lebih kecil dari 0,05 yang menjelaskan bahwa signifikan, maka keputusan yang dapat diambil adalah terima H_a . Hasil dari uji Chi-Square terhadap variabel kualitas produk menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Berdasarkan hasil tersebut adanya respon positif yang diberikan oleh konsumen terhadap rumah makan Aditya Jaya dalam memberikan makanan yang enak, porsi yang sesuai dan penyajian yang higienis.

Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat nilai X^2_{hitung} sebesar 11.734 sedangkan X^2_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 dan derajat bebas (df) 6 adalah 9.488. Oleh karena itu, $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$, dan dapat diketahui juga dari nilai *Asymp. Sig* yang diperoleh adalah 0,068 yang lebih kecil dari 0,05 yang menjelaskan bahwa signifikan, maka keputusan yang dapat diambil adalah terima H_a . Hasil dari uji Chi-Square terhadap variabel harga menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa harga masih terjangkau bagi semua kalangan konsumen, dengan

mempertahankan nilai harga setiap produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan pula keputusan dalam pembelian di rumah makan Aditya Jaya.

Tabel 11. Hasil Uji Chi-Square Pada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.734 ^a	6	.068
Likelihood Ratio	9.568	6	.144
Linear-by-Linear Association	4.751	1	.029
N of Valid Cases	100		

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan Tabel 12 diatas dapat dilihat nilai X^2 hitung sebesar 11.125 sedangkan X^2 tabel pada taraf signifikan 0,05 dan derajat bebas (df) 4 adalah 5,991. Oleh karena itu, X^2 hitung > X^2 tabel, dan dapat diketahui juga dari nilai Asymp. Sig yang diperoleh adalah 0,025 yang lebih kecil dari 0,05 yang menjelaskan bahwa signifikan, maka keputusan yang dapat diambil adalah terima H_a . Hasil dari uji Chi-Square terhadap variabel pelayanan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan di rumah makan ini makan akan semakin membuat konsumen nyaman dan puas terhadap fasilitas-fasilitas yang tersedia.

Tabel 12. Hasil Uji Chi-Square Pada Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.125 ^a	4	.025
Likelihood Ratio	8.847	4	.065
Linear-by-Linear Association	3.055	1	.080
N of Valid Cases	100		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan tabel 19 di atas dapat dilihat nilai X^2_{hitung} sebesar 8.447 sedangkan X^2_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 dan derajat bebas (df) 6 adalah 9.488. Oleh karena itu, $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$, dan dapat diketahui juga dari nilai *Asymp. Sig* yang diperoleh adalah 0,207 yang lebih besar dari 0,05 yang menjelaskan bahwa tidak signifikan, maka keputusan yang dapat diambil adalah tolak H_a . Hasil dari uji Chi-Square terhadap variabel pelayanan menyatakan bahwatidak ada pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan konsumen rumah makan Aditya Jaya. Berdasarkan hasil uji Chi-Square diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Chi-Square Pada Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Makan Aditya Jaya Pada Tahun 2016

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.447 ^a	6	.207
Likelihood Ratio	9.687	6	.138
Linear-by-Linear Association	3.462	1	.063
N of Valid Cases	100		

Sumber: data primer yang diolah, 2016

KESIMPULAN DAN SARAN

Faktor Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen rumah makan Aditya Jaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$, yaitu nilai X^2 diatas 9.488 dan nilai signifikan dibawah 0,05.

Faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen rumah makan Aditya Jaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$, yaitu nilai X^2 dibawah 9.488 dan nilai signifikan diatas 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga mendapat penilaian dari responden dalam kategori tinggi. Oleh karena itu, Rumah Makan Aditya Jaya disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga semakin tepat usaha dalam menentukan penetapan harga, keputusan pembelian juga semakin tinggi. Selanjutnya sebaiknya menambahkan menu-menu andalan baru agar kualitas produk yang dihasilkan semakin membuat konsumen merasa puas. Untuk lokasi disarankan agar membuka cabang di dekat perkotaan dengan lingkungan aman, tentram dan sejuk.

DAFTAR PUSTAKA

Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Mdelling dalam Penelitian Manajemen*. FE UNDIP. Semarang

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. FE UNDIP. Semarang

Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta

Pratikto, S.B. 2003. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Famili Resto Cibubur*. Skripsi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Raharjani, Jeni. 2005. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 2, No. 1

Singarimbum, M dan Effendi, S. 2003. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta

Sugiyono. 2006. *Statistic untuk Penelitian*. CV. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.