PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NASI GORENG PAK TOM PARE

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Sayarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

ADA KAREN PRATIWI

NPM : 2112010160

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2025

Skripsi oleh:

ADA KAREN PRATIWI

NPM: 2112010160

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NASI GORENG PAK TOM PARE

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 2 Juli 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Edy Djoko Soeprajitno,S.E,M.M	**Sigit Ratnanto, S.T,M.M.**
NIDN. 0715106203	**NIDN. 0706067004**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

ADA KAREN PRATIWI

NPM: 2112010160

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NASI GORENG PAK TOM PARE

Telah dipertahankan di depan panitia Ujian/ Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada Tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M.
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M.
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, S.T, M.M.

Mengetahui

Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si

NIDN: 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Ada Karen Pratiwi
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/tgl. lahir	: Kediri,18 September 2002
NPM	: 2112010160
Fak/Jur/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 5 Agustus 2025

Yang Menyatakan

ADA KAREN PRATIWI

NPM: 2112010160

MOTTO

"Setetes keringat orang tuaku yang keluar,ada seribu langkahku untuk maju"

Karya ini saya persembahkan untuk
Ibu dan Bapak
Orang terhebat yang selalu menjadi penyemangat saya
sebagai sandaran terkuat dari semua perjalanan yang saya lalui
yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta selalu dan selalu memberikan motivasi.
Terimaksih untuk semua doa dan segala usaha Ibu dan Bapak sampai saya bisa berada di titik ini, Sehat selalu dan tolong hiduplah lebih lama lagi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan,Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Nasi Goreng Pak Tom Pare" ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata 1 (S-1) di Program Studi Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Selama proses penyusunan Laporan Penelitian ini,Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang memberikan dukungan,dan bimbingan. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan rasa terimaksih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat yang tak terbatas
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan syafaatnya
3. Dr.Zainal Affandi,M.Pd selaku rector Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Dr.Amin Tohari,M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
5. Restin Meilina,M.M Selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
6. Edy Djoko Soeprajitno S.E, M.M, Selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan memberikan dukungan serta motivasi dalam proses penyelesaian penelitian skripsi
7. Sigit Ratnanto,S.T,M.M selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan dukungan,motivasi,dan koreksi dalam proses penyelesaian Penelitian Skripsi ini
8. Joko Pratomo dan Surip selaku kedua orang tua penulis yang menjadi sumber inspirasi penulis dan kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Penelitian ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis sebagai wujud cinta,bakti,dan pengorbanan atas segala pengorbanan yang telah mereka lakukan. Semua hal yang selalu mereka usahakan untuk

v

kehidupan penulis dari penulis lahir hingga sekarang selalu meberikan semaksimal mungkin untuk menjadikan penulis dititik sekarang

9. Budiman Pratama,Yulia Putri Firdausi,Asa Pratiwi,Ada Bela Pratiwi dan Reksa Nara Pratama selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan penulis dukungan,semangat dan doa selama proses penyusunan skripsi ini
10. Teman-teman dekat penulis yang selalu membersamai penulis selama masa studi dan selama penyususnan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.Oleh karena itu,penulis menerima segala bentuk kritik dan sran yang membangun,demi penyempurnaan karya ini.Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan,khususnya di budang manajemen pemasaran. Akhir kata,penulis mengucapkan terimakasih.

Kediri, 7 Juli 2025

ADA KAREN PRATIWI

NPM.2112010160

ABSTRAK

Ada Karen Pratiwi Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng Pak Tom,Skripsi,Manajemen,FEB UN PGRI Kediri**.**

Kata kunci : Kualitas pelayanan, lokasi, kualitas produk,keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom Pare. Pendekatan yang digunkan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun teknik penelitian ini yaitu kausalitas dan sampel yang digunakan oleh penelitian ini adalah pelanggan Nasi Goreng Pak Tom Pare, Dengan pengambilan teknik simple random sampling yang mana sampelnya berjumlah 40 responden. Skala yang digunakan adalah skala likert. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda melalui bantuan software SPPSS 23.0. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan,lokasi dam kulaitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

MOTTO iv

PERNYATAAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori
   1. Keputusan Pembelian 9
   2. Kualitas Pelayanan 10
   3. Lokasi 11
   4. Kualitas Produk 12
B. Kerangka Berfikir
   1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian 12
   2. Hubungan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian 13
   3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian 13
   4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian 14

C. Penelitian Terdahulu 14
D. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian
1. Pendekatan Penelitian 16
2. Teknik Pengumpulan data 16

B. Definisi Oprasional 18

C. Tempat dan Waktu Penelitian
1. Tempat Penelitian 19
2. Waktu Penelitian 19

D. Populasi dan Sampel
1. Populasi 19
2. Sampel dan Teknik Sampling 19

E. Instrumen Penelitian
1. Pengembangan Instrumen 20
2. Validitas dan Reabilitas Instrumen 22

F. Sumber Teknik Analisis Data
1. Sumber Data 24
2. Teknik Pengumpulan Data 25

G. Teknik Analisis Data
1. Uji Asumsi Klasik 25
2. Analisis regresi Linier Berganda 27
3. Koefisien Determinasi (R^2) 27
4. Uji Hipotesis 28

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 30
2. Deskripsi Data Variabel 30
3. Hasil Analisis Data 34

B. Pembahasan
1. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) 41
2. Pengaruh lokasi (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) 42
3. Pengaruh kualitas produk (X3) secara parsial berpengaruh terha42dap Keputusan Pembelian (Y) 42

4. Variabel Kualitas Pelayanan (X1),Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan(X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) 42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 44
B. Implikasi 44
1. Implikasi Teoritis 45
2. Implikasi Praktis 46
C. Saran 45

DAFTAR PUSTAKA 46

LAMPIRAN 49

\

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor – Faktor yang berkontribusi terhadap keputusan pembelian ... 3

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu…….

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel 17

Tabel 3.2 Penilaiaan Skala Likert 18

Tabel 3.3 Kisi – kisi instrument penelitian 21

Tabel 3.4 Uji validitas instrument 21

Tabel 3.5 Hasul uji reabilitas 22

Tabel 3.6 Kriteria pengambilan keputusan 24

Tabel 4.1 Distribusi frekuensi variabel pelayanan 26

Tabel 4.2 Distribusi frekuensi variabel lokasi 30

Tabel 4.3 Distribusi frekuensi variabel kualitas produk 31

Tabel 4.4 Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian 32

Tabel 4.5 Hasil uji multikolinieritas 34

Tabel 4.6 Hasil analisis regresi linear berganda 36

Tabel 4.7 Uji koefisien determinasi (R^2) 37

Tabel 4.8 Hasil Uji t (Parsial) 38

Tabel 4.9 Hasil uji f (Simultan) 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 21

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik normal probability plot 39

Grafik 4.2 Uji Heteroskedastisitas 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....54
Lampiran 2 : Distribusi Data.....57
Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden.....61
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 65
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik 70
Lampiran 6 : Analisis Linier Berganda.....72
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....73
Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian 74
Lampiran 9 : Berita Acara.....75

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cepat, persaingan antar bisnis semakin ketat. Bidang kuliner atau makanan adalah salah satu bisnis yang sangat berkembang di Indonesia. Outlet makanan tumbuh berkembang karena memiliki keuntungan yang besar. Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang paling penting. Selain membantu manusia bertahan hidup, makanan juga membantu pertumbuhan dan perkembangan tubuh mereka. Bisnis makanan akan semakin bersaing karena banyaknya jenis rumah makan yang menawarkan makanan cepat saji, makanan lokal, dan metode penyajian yang berbeda-beda serta memiliki karakteristik unik.(Hikolo et al., 2023).

Perekonomian Indonesia juga telah mendorong pertumbuhan bisnis global, dan persaingan bisnis juga tumbuh seiring dengan itu hal ini didukung oleh kerangka kerja yang baik untuk memasarkan berbagai jenis produk. Selain itu, populasi yang besar dan beragam di Indonesia menarik banyak pembeli, yang berdampak pada permintaan pangan.Untuk mencapai tujuan mereka, usaha mikro kecil menengah (UMKM) harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan barang dan jasa mereka karena peluang bisnis di bidang makanan semakin meningkat. Hal ini karena UMKM harus lebih inovatif dan kreatif dalam menjalankan bisnis mereka. Setiap usaha mikro kecil menengah (UMKM) harus mengikuti perkembangan zaman saat ini agar dapat bertahan dalam persaingan pasar dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan nilai produk atau jasa yang lebih ekonomis daripada pesaing mereka. Untuk menarik minat pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, pelaku bisnis harus membuat rencana bisnis. Pelaku bisnis pasti

harus semakin kreatif dan inovatif untuk membuat lingkungan mereka menyenangkan.(Sutrisno, 2023)

Sektor informal tidak hanya bergantung pada program pemerintah dan industrialisasi tetapi sektor informal dapat menjadi salah satu faktor pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Tidak boleh dipandang sebelah mata, karena sektor ini menyediakan lapangan kerja dan memungkinkan penyerapan tenaga kerja yang lebih baik. menjalankan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor informal yang membangun perekonomian. Karena intensitas tenaga kerja yang lebih tinggi dan investasi yang lebih kecil, UMKM lebih mampu beradaptasi dan menghadapi perubahan pasar.(Rianata nafa, 2023).

Dikutip dari sebuah artikel yang bersumber dari internet merekomendasikan ada 5 warung nasi goreng di Pare, Kediri yang cocok dinikmati saat makan malam dilengkapi dengan alamat dan jadwal bukanya. Yang pertama ada Cak Lut Nasgor yang beralamat di Jalan Mastrip N0.82, Perdana, Pare, Kecamatan Pare,Kabupaten Kediri,Jawa Timur, Buka jam 17.00-23.00 WIB. Yang kedua ada Café Pak Dhe yang beralamatkan di Jalan Cokroaminoto NO.57,Mulyoasri,Tulungrejo, Kecamatan Pare,Kabupaten Kediri,Jawa Timur, Buka jam 08.00-12.00 WIB. Yang Ketiga ada Depot Anyar Jaya yang beralamat di Jalan Arjuna No.07, Perdana, Pare, Kecamatan Pare,Kabupaten Kediri,Jawa Timur, Buka jam 10.30-20.30 WIB. Yang ketiga ada Nasi Goreng dan Batagor 74 yang beralamatkan di Jalan Dahlia No.30,Tegalsari,Tulungrejo, Kecamatan Pare,Kabupaten Kediri,Jawa Timur, Buka jam 16.00-23.00 WIB. Dan yang terakhir ada Warung Nasgor Pak Tom yang beralamat di Jalan Pandan, Perdana, Pare, Kecamatan Pare,Kabupaten Kediri,Jawa Timur, Buka jam 16.00–23.00 WIB. *https://depok.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-096816852/simak-dan-catat-alamat-rekomendasi-5-nasi-goreng-di-pare-kediri?page=all*

Warung Nasi Goreng Pak Tom merupakan salah satu warung makan yang direkomendasikan di Pare,Yang berada di Jalan Pandan No.9 Kecamatan

Pare Kabupaten Kediri.Warung ini salah satu warung nasi goreng yang digemari masyarakat sekitar pare tidak hanya rasanya yang enak melainkan warung ini sudah berdiri 29 tahun dari tahun 1996 dan tetap memiliki rasa yang konsisten,selain itu warung ini juga memperbaiki kualitas lokasi dan memperbaiki kualitas penyajian.Warung Nasi Goreng Pak Tom selalu berinovasi dan mengeluarkan menu-menu baru untuk tetap berkembang di era sekarang,selain itu harganya cukup terjangkau mulai dari Rp.11.000 saja.Dengan banyaknya pesaing warung ini tetap menjadi pilihan karena pelyanan yang ramah dan waktu penyajian pesanan cukup cepat.warung ini sudah memiliki pelanggan yang banyak karena dengan waktu berdiri yang cukup lama maka semakin bertambahnya pelanggan.

Pelayanan adalah taktik atau tindakan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bersaing dengan pesaingnya. Seseorang yang memiliki selera makan akan memakan sesuatu dengan senang hati, seperti manusia yang berusaha bertahan hidup dengan memenuhi kebutuhan dasar mereka, yaitu minum dan makan . Penyajian, rasa, dan bau makanan yang menarik memicu selera makan. Ketika makanan terlihat menarik, orang yang menyantapnya akan merasa puas dan senang. Oleh karena itu, makanan yang disajikan harus terlihat menarik, bukan hanya bervariasi, bersih, enak, dan penuh nutrisi. “Makanan dan minuman akan mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi apabila ditunjang dengan adanya cara penyajian yang menarik sehingga membangkitkan selera makan. Penyajian makanan dan minuman, juga disebut dengan *Food And Beverage Service,*akan terkait dengan adanya menu yang dihidangkan, peralatan makan dan minuman, personalia penghidang makanan dan minuman, teknik pelayanan makanan, sopan santun, dan etiket makan.Bisnis restoran saat ini sangat populer baik di pedesaan maupun di perkotaan. Kehidupan masyarakat mulai berubah seiring berjalannya waktu. Banyak kalangan yang mengandalkan pengusaha makanan seperti restoran dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum atau dalam hal penyajian makanan untuk sehari-hari atau acara tertentu karena kesibukan

yang tidak mengenal waktu. Karena hal inilah usaha bidang makanan atau resto berkembang dengan sangat cepat (Apriyani Rini; Lestari Ayu, 2023)

Tabel 1.1

Faktor – Faktor Yang Berkontribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	Responden	Presentase
Kualitas Produk	13	39,4 %
Lokasi	8	24,2 %
Kualitas Pelayanan	9	27,3 %
Promosi	0	0
Suasana Warung	2	6,1 %
Harga	1	3 %
Total	33	100 %

Sumber : Survei pendahuluan (2024)

Survei pendahuluan tersebut dilakukan untuk menentukan faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk membeli Nasi Goreng Pak Tom. Hasilnya menunjukkan bahwa tiga faktor utama, yaitu kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan, memengaruhi keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom.Maka dari itu peneliti menetapkan ketiga faktor tersebut menjadi variabel dalam penelitian.

Keputusan pembelian adalah proses di mana seorang pembeli memilih untuk membeli suatu merek atau produk tertentu. Banyak faktor dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti niat pembelian dan faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan akhir (Altauriq & Hadisuwarno, 2024) Keputusan pembelian diputuskan oleh konsumen setelah mereka mengetahui permasalahnya,konsumen mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, mengevaluasi seberapa baik pilihan lain dapat menyelesaikan masalah mereka, dan akhirnya membuat keputusan pembelian. Konsumen biasanya mempertimbangkan harga, kualitas, dan popularitas produk dari berbagai faktor yang mempengaruhi pembelian barang dan jasa (Wahyuni et al., 2023) Dari pengertian keputusan pembelian di atas, dapat disimpulkan

bahwa ketika seseorang memilih produk untuk dibeli, mereka harus mempertimbangkan kualitas produk tersebut.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keadaan di mana ekspetasi pelanggan terpenuhi berdasarkan kualitas layanan yang diberikan.(Ramadani, 2020).Kualitas pelayanan mencakup interaksi antara pelanggan, baik internal maupun eksternal.Semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen dikenal sebagai kualitas pelayanan. Dalam konteks ini, layanan ini merujuk pada jasa atau layanan yang diberikan oleh penyedia layanan.(Altauriq & Hadisuwarno, 2024) Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mencakup semua jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan yang memenuhi standar operational procedure dan diusahakan untuk memberikan nilai yang sepadan atau melebihi harapan pelanggan.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi biaya dan pendapatan, yang sering memengaruhi strategi bisnis. Lokasi diharapkan dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan(Ramadani, 2020) Lokasi merupakan tempat di mana bisnis beroperasi dalam upaya mendapatkan keuntungan finansial dari produk atau jasa yang dijual (Cynthia et al., 2022) Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan untuk menetapkan lokasi bisnisnya dengan tujuan untuk membuat barang dan jasa lebih mudah diakses oleh pembeli sehingga perusahaan dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya.

Kualitas produk sangat penting untuk menentukan posisinya dalam pemasaran karena kualitas dapat didefinisikan sebagai "bebas dari segala jenis kerusakan" dan berdampak langsung pada kinerja produk atau layanan dan nilai dan kepuasan pelanggan.(Altauriq & Hadisuwarno, 2024) Kualitas produk adalah komponen yang terdapat dalam suatu produk yang membuatnya bernilai sesuai dengan tujuan produksinya. Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, serta

upaya terus menerus untuk memperbaiki dan menyempurnakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Peneliti telah mengumpulkan sejumlah penelitian terdahulu tentang kualitas pelayanan,seperti yang dinyatakan oleh Atqiya Nugroho Sutrisno dalam penelitianya yang,menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.Hal ini berarti apabila pelayanan bagus maka akan meningkatkan keputusan pembelian.Namun disisi lain hasil penelitian dari (Cynthia et al., 2022) menyatakan apabila kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian terdahulu terkait lokasi menurut penelitian dari (Sutrisno, 2023) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sedangkan hasil penelitian dari (Kuraesin et al., 2023) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian dari (Altauriq & Hadisuwarno, 2024) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.Hasil penelitian dari (Jurnal et al., 2022) juga menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang dirancang secara komersial yang memberikan pelayanan yang baik kepada semua tamunya, yang memungkinkan mereka untuk makan dan minum. Rumah makan atau restoran adalah tempat yang identik dengan jajaran meja yang tersusun rapi, kehadiran orang, aroma dapur dan pelayanan, dan bunyi kecil yang dihasilkan oleh gelas kaca dan porselin. Rumah makan memiliki tujuan utama selain mencapai tujuan bisnis atau mencari keuntungan; kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan. Secara umum, rumah makan

adalah tempat di mana orang datang untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Rumah makan biasanya juga memiliki daya tarik tersendiri, baik melalui menu masakan, hiburan, maupun tampilan fisik bangunan (Istiqomah et al., 2020)

Warung makan Nasi Goreng Pak Tom adalah salah satu warung makan yang berada di Pare tepatnya di Jalan Pandan nomor 9.Warung makan ini sudah berdiri sejak tahun 1996 dan menjual berbagai masakan seperti nasi goreng,mie goreng,mie kuah,sop masak,nasi mawut dan capcay,semua menu tersebut bisa dinikmati konsumen dengan harga yang sangat terjangkau mulai dari Rp. 11.000 hingga Rp16.000 saja.Warung makan ini juga menawarkan berbagai macam minuman seperti es teh,es jeruk,the hangat,jeruk hangat,jahe hangat,air mineral dan susu.

Berdasarkan observasi dilapangan permasalahan yang ada pada Nasi Goreng Pak Tom yaitu ada beberapa. Pertama,Kurang konsistenya rasa nasi goreng yang terkadang masih ada komplain dari konsumen karena juru masak di Nasi Goreng Pak Tom lupa memberi garam pada saat memasak.Kedua,minimnya tempat parkir yang berada di Nasi Goreng Pak Tom sehingga menyulitkan konsumen parkir mobil. Ketiga,Nasi Goreng Pak Tom belum mempunyai karyawan tetap sehingga pada saat konsumen datang bersamaan sering terjadi sedikit keterlambatan dalam pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengetahui dan menganalisis cara Nasi Goreng Pak Tom meningkatkan keputusan pembelian melalui kualitas pelayanan,lokasi dan kualitas produknya.dan atas dasar survei pendahuluan yang telah peneliti laksanakan maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan,Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Nasi Goreng Pak Tom Pare”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom?
4. Apakah kualitas pelayanan,lokasi dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah,maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom
2. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian di nasi Goreng pak Tom
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng Pak Tom
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan,Lokasi,dan Kualitas Prooduk terhadap keputusan pembelian di Nasi Goreng pak Tom

D. Manfaat penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan bermanfaat baik bagi peneliti maupun bagi pembaca,diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan tambahan referensi khususnya dibidang jurusan ekonomi manajemen,serta dapat mempertambah dan memperbanyak ilmu pengetahuan tentang

pengaruh kualitas pelayanan,lokasi dan kulitas produk terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Pak Tom.

2. Manfaat secara Praktis
    a. Sebagai bahan kajian bagi para pembaca tentang pengaruh kualitas pelayanan,lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Pak Tom
    b. Menjadi panduan dalam menjalankan usaha yang baik,yaitu dengan mengetahui permasalahan yang ada,dilihat dari faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Nasi Goreng pak Tom.

DAFTAR PUSTAKA

Altauriq, D., & Hadisuwarno, H. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Denny's. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, *7*(1), 10–20. https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76103

Apriyani Rini; Lestari Ayu. (2023). The Influence Of Service Quality, Price, Location On Purchasing Decisions At The Brilliant Bunda Arum Restaurant, Bumi Agung Sub-District, Right Way District. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(6), 9626–9634. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi (anggota IKAPI).

Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *9*(1), 104–112. https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256

Devi, A. C. (2023). *Analisis Keputusan Pembelian Produk E- Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang*. *1*(5), 113–123.

Hanifah, F. N., & Hidayah, R. S. (2024). *PENGARUH CONTENT MARKETING , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen TikTok Shop Mahasiswa Universitas Budi Luhur)*. *1*(5), 138–147.

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. fatmi, Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).

Hikolo, L., Taan, H., & Juanna, A. (2023). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant Tiara di Kota Gorontalo*. *6*(1), 111–117.

Istiqomah, A. N., Partha, M. N., & Piar, C. S. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan

Dengan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Gepuk Jl. M. Yamin Samarinda Tahun 2019. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, *2*(2), 26–38. https://doi.org/10.30872/prospek.v2i2.1308

Jurnal, S., Sosial, I., Di, P., Alam, P. T., & Lestari, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan*. *1*(2), 133–140. https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402

Kuraesin, E., Maulana, H., & Setiyono, N. H. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Denny's. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, *1*(3), 324–335. https://doi.org/10.31004/ijim.v1i3.35

Nu'man, M. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Aleph*, *87*(1,2), 149–200. https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees

Pertiwi, P., Amelia, K. R., Adiningsih, W., & Anggraini, K. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROUTINE COFFEE & EATERY DI TANGERANG SELATAN*. *2*.

Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, *1*(2), 36–46. https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540

Rianata nafa, V. (2023). *Pengaruh kualitas prduk,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada warung makan prasmanan bak erwin kecamatan Grogol*.

Sahir, H. S. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM ndonesia.

Satria, E. (2023). *CITRA MEREK , PERSEPSI HARGA , DAN KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau)*.

Sutrisno, A. N. (2023). *Pengaruh Harga, Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Kepada Rumah Makan Pakne Heksa Semarang Cabang Ventura*.

Wahyuni, V., Rais, A. M., Sintia, E., Andi, U., & Palopo, D. (2023). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada warung makan fresh di kota palopo*. *3*(3), 23–34.