

## **Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten**

**Amrullah** ✉

*Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan dan lokasi terhadap minat beli pada Rumah Makan Putra Minang di kawasan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke Rumah Makan Putra Minang di kawasan Ciledug. Sedangkan populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data diolah dengan program SPSS dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa pelayanan dan lokasi terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Padang Putra Minang selalu mengutamakan mutu kualitas pelayanannya sehingga menaikkan minat beli konsumen. Lokasi yang strategis adalah lokasi yang membuat target pelanggan mudah melihat serta menghafal lokasi Rumah Makan Padang Putra Minang. Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug disarankan lebih memperhatikan minat beli agar para konsumen tidak kecewa saat berkunjung ke rumah makan padang tersebut dan harus cepat menanggapi masalah itu, agar konsumen tidak beralih ke rumah makan lain.

**Keywords** : Pelayanan, Lokasi, Minat Beli

### **Abstract**

*This study aims to determine the service and location of buying interest at Putra Minang Restaurant in the Ciledug area, Tangerang City, Banten Province. This type of research uses a quantitative descriptive method with multiple regression analysis. The sampling technique uses accidental sampling. The population in this study were all consumers who came to Putra Minang Restaurant in the Ciledug area. While the population in this study amounted to 100 respondents. The data were processed using the SPSS program using a Likert scale from 1 to 5. The results partially show that service and location influence purchase intention. This shows that the Minang Padang Putra Restaurant always prioritizes the quality of its service so that it can increase consumer buying interest. A strategic location is a location that makes it easy for target customers to see and remember the location of Minang Padang Putra Restaurant. Putra Minang Restaurant in the Ciledug area is advised to pay more attention to buying interest consumers are not disappointed when visiting Padang restaurants and must quickly resolve this problem, so that consumers do not go to other restaurants.*

**Keywords** : Service, Location, Purchase Interest

Copyright (c) 2023 Amrullah

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [amrullah@stptrisakti.ac.id](mailto:amrullah@stptrisakti.ac.id)

## PENDAHULUAN

Rumah Makan Putra Minang telah berdiri sejak tahun 1994, yang saat ini banyak berlokasi di kawasan Ciledug, Kota Tangerang Provinsi Banten. Tempat Rumah Makan Putra Minang yang berada di kawasan Ciledug selalu memiliki lokasi yang cukup strategis, dimana dekat dengan kantor, toko, kampus dan pusat perdaganga. Fasilitas yang diberikan oleh Rumah Makan Putra Minang untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin, maka disediakan seperti parkir, AC, mushola, Wifi dan toilet. Selain pelayanan yang ramah dan ruangan bersih serta menyediakan berbagai jenis menu makanan berciri khas kuliner Minangkabau dan menyediakan juga minuman botol dan aneka jus.

Berbagai jenis menu makanan berciri khas kuliner Minangkabau yang disediakan oleh Rumah Makan Putra Minang antara lain rendang daging, dendeng balado, daging cincang, tunjang, kepala ikan kakap, sambel ati, dan lain-lain. Rumah makan ini juga menerima pesanan katering baik dalam jumlah kecil maupun besar. Pesanan katering tersebut diantarkan ke konsumen dilakukan dengan tepat waktu.

Minat beli diartikan sebagai sikap senang terhadap objek yang membuat seseorang berusaha untuk mendapatkannya dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya (Picaulty, 2018). Selain itu, minat membeli juga diartikan sebagai rencana untuk membeli sebuah produk dalam waktu tertentu. Minat beli adalah suatu proses perencanaan pembelian oleh seseorang terhadap suatu produk dengan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya jumlah produk, merek, dan sikap dalam mengkonsumsi produk tersebut (Purbohastuti & Hidayah, 2020).

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Nurlia, 2018). Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang) (Kanedi, 2017). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Nurhadi, 2018).

Hubungan antara pelayanan dan minat beli pada dasarnya sangat terikat, karena pelayanan optimal dari produk yang ditawarkan akan memberikan dampak pada kehendak konsumen dalam menggunakan layanan di masa yang akan datang, karena perilaku konsumen pada masa lalu dapat mempengaruhi minat beli seseorang secara langsung (Mulyana & Andreni, 2019).

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya (Watae et al, 2017). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Gunawan & Kartika, 2018). Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha rumah makan, banyak pengusaha rumah makan yang terkadang kurang memahami pentingnya lokasi ketika membuka usaha rumah makan sehingga tidak melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut (Soewanda, 2015).

Adapun berhubungan dengan lokasi, dimana sebuah keputusan yang di buat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Jika

salah dalam memilih lokasi maka akan dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan, salah satunya adalah minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan lokasi parkir yang kurang memadai (Fitriyani et al, 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten”

## METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Lokasi penelitian terletak di Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling* yang bertemu langsung dengan responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	59	59%
Perempuan	41	41%
<b>Usia</b>		
> 20 tahun	9	9%
20 – 40 tahun	53	53%
> 40 tahun	38	38%
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar/Mahasiswa	2	2%
Pegawai	80	80%
Wirausaha	10	10%
dan lain-lain	8	8%

Berdasarkan tabel di atas, yang paling berminat membeli masakan Padang di Rumah Makan Putra Minang adalah responden laki-laki sebanyak 59 orang dengan persentase 59%. Sedangkan berdasarkan usia, yang paling berminat membeli masakan Padang di Rumah Makan Putra Minang adalah responden yang berusia 20 hingga 40 tahun berjumlah 53 orang dengan persentase 53%. Kemudian responden yang berprofesi sebagai pegawai paling berminat membeli masakan Padang di Rumah Makan Putra Minang yang berjumlah 80 orang dengan prosentase 80%.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
Pelayanan	X1.1	0,743	0,1966
	X1.2	0,636	0,1966
	X1.3	0,872	0,1966

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
Lokasi	X1.4	0,760	0,1966
	X1.5	0,805	0,1966
	X2.1	0,613	0,1966
	X2.2	0,609	0,1966
	X2.3	0,674	0,1966
	X2.4	0,738	0,1966
Minat Beli	X2.5	0,612	0,1966
	X2.6	0,626	0,1966
	X3.1	0,531	0,1966
	X3.2	0,537	0,1966
	X3.3	0,698	0,1966
	X3.4	0,567	0,1966
	X3.5	0,702	0,1966
	X3.6	0,509	0,1966

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Seluruh item pertanyaan pada tabel di atas menunjukkan valid karena semua nilai r-hitung yang dimiliki semua pertanyaan pada variabel penelitian lebih besar dari t-tabel (0,1966).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Alpha
Pelayanan	0,762	0,60
Lokasi	0,856	0,60
Minat Beli	0,874	0,60

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Seluruh variabel penelitian di atas menunjukkan reliabel karena semua variabel penelitian memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari nilai alpha (0,60).

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
.732 <sup>a</sup>	.621	.587	.28779	.622

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh pelayanan dan lokasi sebesar 58,7%, sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini,

Tabel 4. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
(Constant)	.042	.233		.181	.537

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
Pelayanan	.263	.039	.186	6.741	.000
Lokasi	.537	.072	.419	7.458	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji hipotesis di atas menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan dengan minat beli karena nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 (nilai signifikan variabel pelayanan dan lokasi adalah 0,00).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan dengan minat beli pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug karena semakin baik pelayanan di Rumah Makan Putra Minang akan mempengaruhi tingkat pembelian yang dilakukan konsumen sehingga usaha tersebut akan memiliki nilai atau bermutu, sebab rumah makan padang tersebut sangat bermutu kualitas pelayanannya sehingga menaikkan minat beli konsumen. Pelayanan yang ada di Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug antara lain: (1) Pelanggan akan disambut saat mereka memasuki restoran; (2) Sopan dan perhatian saat penyajian; (3) Pelanggan akan dibantu dalam mencari tempat duduk pada saat jam sibuk (4) Dengan staf yang memadai, pesanan bisa diantar dengan tepat; (5) Kecepatan pelayanan juga harus dijaga; (6) Proses penyiapan dan pengiriman makanan harus efisien; (7) Peka terhadap kenyamanan ruang makan; (8) Selalu menjaga kualitas rasa. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningtyas et al (2023), Putri (2018) dan Pradipta et al (2021) menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap dengan minat beli karena kualitas layanan yang maksimal akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan suatu usaha, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk, jika merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan dengan minat beli pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug karena lokasi usaha Rumah Makan Putra Minang yang strategis adalah lokasi yang membuat target pelanggan mudah melihat serta menghafal lokasi rumah makan tersebut. Dengan lokasi yang strategis, keuntungan bagi rumah makan tersebut karena banyak konsumen mudah menjangkau tempat tersebut dan kemudian berminat untuk membeli masakan padang tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningtyas et al (2022), Akbar et al (2021) dan Tania et al (2022) menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap dengan minat beli karena memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen sehingga dengan adanya lokasi yang strategis ini diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan minat beli konsumen.

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian pada Rumah Makan Putra Minang di Kawasan Ciledug, Kota Tangerang Provinsi Banten dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada rumah makan padang panjang; (2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada rumah makan padang panjang. Rumah Makan Putra Minang di

Kawasan Ciledug disarankan lebih memperhatikan minat beli agar para konsumen tidak kecewa saat berkunjung ke rumah makan padang tersebut dan harus cepat menangani masalah itu, agar konsumen tidak beralih kerumah makan lain.

#### Referensi :

- Akbar, A. S., Ningrum, D. L., Alparisin, M. R., & Sanjaya, V. F (2021). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Kopi Ketje Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1): 41-49.
- Fitriyani, S., & Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Management Insight*, 13 (1): 47-58 47
- Gunawan, N., Kartika, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rolag Cafe Diponegoro Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 5(1): 13-23.
- Kanedi, I., Utami, F. H., & Zulita, L. N. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode*, IV(1): 37-46.
- Mulyana, A., & Andreni, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 7(2): 1-8.
- Nurhadi. (2018). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EKBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2): 137-150.
- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal*, 1(2): 17-30.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1): 31-40.
- Pradipta, A. R., Salsyabila, S. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, 13(2): 179-187.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1): 37-46.
- Putri, M. A. N. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UD Platinum Blitar). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3(2): 170-182.
- Ratnaningtyas, H., Marie, A. L., Laksmi, G. W., Pusparani., Darsiah, A. & Enggriani, M. (2023). Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Ke Hotel 88 Jakarta. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 2(1): 11-18.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniati, F., & Amrullah. (2022). The Effect of 4p on The Decision to Visit Ampera 2 Tak Veteran's Restaurant Bintaro, Jakarta Selatan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1): 149-159.
- Soewanda, T. (2015). *Strategi Pengembangan Usaha Makanan dan Minuman Pada Rumah Makan Nasi Bebek Pak Janggut di Surabaya*. *Agora*, 3(1): 559-568.
- Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik*, IX(1): 75-84.
- Watae, R. E., Worang, F. G., & Soepeno, D. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Samrat di Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3): 4245-4254.