

Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk di Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal

Manajemen

Ade Wijayanto^{1*}), Deddy Prihadi²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

*Email: adewijayanto43@gmail.com

ABSTRACT

The lack of a number of waiters becomes a problem when providing services to consumers is slow and often gets complaints from consumers. In addition, Pondok Bakso Kang Bongkot has never been a research site during the COVID-19 pandemic, so it is hoped that this research will be a reference and benefit for business owners. This research uses quantitative methods. The population in this study were consumers who visited Pondok Bakso Kang Bongkot. The data collection technique used is a questionnaire or questionnaire method. The Research Instrument Test used in this study includes the Validity and Reliability Test. MSI, Classical assumption test includes Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test and multiple linear regression analysis. The results of the study prove that there is an influence of Location, Product Quality, and Service Quality on Product Repurchase Interest at Pondok Bakso Kang Bongkot. The results of the calculation of the t-count analysis: 1) Location of Repurchase Interest obtained tcount value of 1.071 and sig value of 0.287 <0.05. 2) Product Quality on Repurchase Interest obtained tcount value of 3.629 and sig value of 0.000 <0.05. 3) Quality of Service on Repurchase Interest obtained tcount value of 1.969 and sig value of 0.052 <0.05. 4) The result of the F test calculation has a value of 53,457 where the value of the Fcount of the variable is greater than Ftable, which is 2.70 and has a significant value of 0.000 where the value is smaller than the significant value of 0.05 and the Adjust R square value of 0.614. The conclusions in this study 1) This study proves that Location has a significant positive effect on the Buying Interest of Pondok Bakso Kang Bongkot Products, 2) This study proves that Product Quality has a significant positive effect on the Repurchase Interest of Pondok Bakso Kang Bongkot Products, 3) This study proves that Service Quality has a significant positive effect on the Buying Interest of Pondok Bakso Kang Bongkot Products, and 4) This study proves that Location, Product Quality and Service Quality have a joint effect on the Buying Interest of Pondok Bakso Kang Bongkot Products.

Keywords: *Location, Product Quality, Service Quality, Repurchase Interest*

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli secara instan atau siap saji tanpa memasaknya, melainkan langsung membeli dari warung, restoran, maupun pada pedagang kaki lima dan lain sebagainya. Dari berbagai kuliner salah satunya kuliner

bakso, memiliki berbagai macam ciri khasnya seperti Bakso khas Solo dan Bakso khas Malang. Bakso Kang Bongkot khas Malang yang berdiri sejak tahun 2005, terletak di Slawi Kabupaten Tegal. Ciri khas dari Bakso Bongkot tersebut terdapat kerupuk pangsit yang berisi tetelan daging sapi, serta bertekstur halus pada baksonya. Harga setiap satu porsi bakso dibandrol dengan harga Rp. 15.000/mangkok. Semakin merebaknya tempat makan yang menawarkan makanan yang sama ataupun sejenis, perbedaan yang sangat tipis terdapat pada lokasi akan berdampak sangat kuat pada pasar.

Tabel 1
Omzet Pondok Bakso Bongkot Tahun 2021

No	Bulan	Omzet
1	Januari	Rp. 3.250.000
2	Februari	Rp. 2.850.000
3	Maret	Rp. 3.150.000
4	April	Rp. 2.850.000
5	Mei	Rp. 2.755.000
6	Juni	Rp. 2.500.000
7	Juli	Rp. 1.900.000
8	Agustus	Rp. 1.550.000

Sumber: data diolah peneliti 2022

Selain penurunan omzet pada tabel di atas lokasi usaha sangat berpengaruh pada penentuan suatu lokasi usaha. Pondok Bakso Kang Bongkot memiliki lokasi yang di ras strategis karena terletak disamping pabrik teh gopek kudaile dan bisa di akses dari arah stasiun Slawi atau 30 meter dari pusat ruko Slawi yang mana lokasi tersebut berada di jalur transportasi umum. Akan tetapi permasalahan yang terjadi yaitu sempitnya lahan parkir sehingga tidak mampu untuk menampung kendaraan, khususnya roda empat.

Tabel 2
Luas lahan parkir Pondok Bakso Kang Bongkot

No	Fasilitas	Panjang	Lebar
1	Lahan Perkir	4m	3m

Sumber: data diolah peneliti 2022

Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan sebenarnya sudah cukup baik dan ramah, namun kurangnya jumlah pelayanan juga menjadi permasalahan, karena hal tersebut menjadikan pelayanan kepada konsumen menjadi lambat dan kerap kali mendapat komplain dari konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan untuk kemudian digunakan sebagai instrumen penelitian. Data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis terbukti atau tidak. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner dengan skala likert alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan realibilitas, uji method successive interval (MSI), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Minat Beli Ulang (Y)			
Pernyataan	rhitung	r _{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,893	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,857	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,801	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,730	0,361	Valid
Lokasi X1			
Pernyataan	rhitung	r _{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,767	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,868	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,851	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,907	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,858	0,361	Valid

Minat Beli Ulang (Y)			
Pernyataan	rhitung	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 6	0,818	0,361	Valid
Kualitas Produk X2			
Pernyataan	rhitung	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,843	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,928	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,928	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,896	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,942	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan X3			
Pernyataan	rhitung	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,737	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,603	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,853	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,905	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,853	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,856	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,823	0,361	Valid

Sumber: data diolah spss versi 22

Dari seluruh item pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Minat Beli Ulang (Y)	0,829	Reliabel
Lokasi (X1)	0,918	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,946	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,908	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti 2022

Dari masing-masing variabel menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel

Uji Multikolinieritas

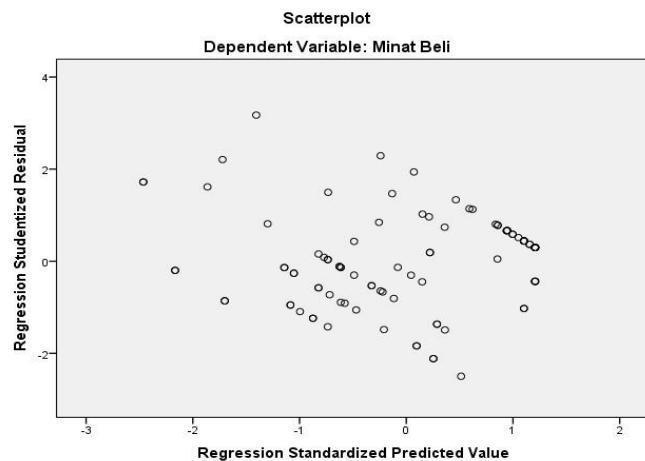
Tabel 5. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	,302	3,306
	Kualitas Produk	,282	3,548
	Kualitas Pelayanan	,237	4,224
a. Dependent Variable: Minat Beli			

Sumber : data diolah spss versi 22

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas. Dilhat dari nilai Tolerance $< 0,10$ dan Variance Inflation Factor (VIF) > 10 , jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada nilai multikolinieritas antar variabel.

Uji Heteroskedasitas

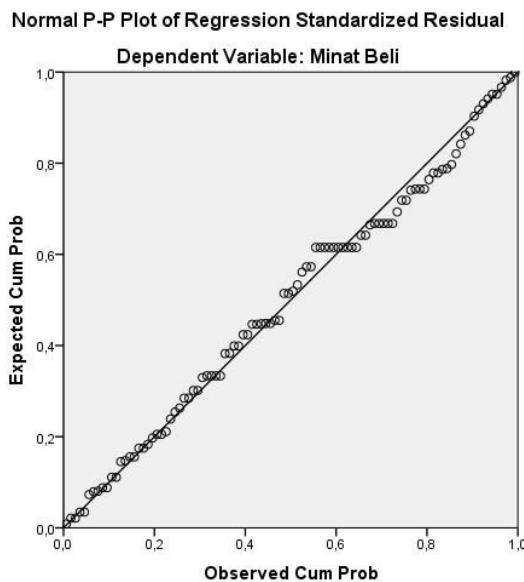


Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : data dioSPSS versi 22

Berdasarkan grafik plot uji heteroskedastisitas, terlihat titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan pada pengujian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Sumber : data diolah SPSS versi 22

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada titik-titik menyebar diantara atau disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

Uji Hipotesis

Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized		Standardized
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,555	1,359	
	Lokasi	,098	,072	,147
	Kualitas Produk	,364	,112	,365
	Kualitas Pelayanan	,200	,071	,348

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas pada kolom Unstandardized Coefficients tertera nilai konstanta sebesar 0,555 nilai koefisien lokasi 0,098, nilai koefisien kualitas produk 0,364, nilai koefisien kualitas pelayanan 0,200, maka persamaan regresinya adalah :

$$Y = 0,555 + 0,098 X_1 + 0,364 X_2 + 0,200 X_3 + e$$

Hasil nilai konstanta sebesar 0,555, artinya apabila variabel Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan nilainya adalah 0, maka nilai Minat beli Ulang nilainya adalah 0,555.

1. β_1 (Nilai koefisien regresi Lokasi) sebesar 0,098 dan bertanda positif yang terdapat pada koefisiensi regresi variabel Lokasi menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel Lokasi dengan variabel Minat Beli Ulang adalah searah. Dimana setiap bertambah menjadi baik (strategis) variabel lokasi akan menyebabkan kenaikan Minat Beli Ulang.
2. β_2 (Nilai koefisien regresi Kualitas Produk) sebesar 0,364 dan bertanda positif yang terdapat pada koefisiensi regresi variabel Kualitas Produk menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel Kualitas Produk dengan variabel Minat Beli Ulang adalah searah. Dimana setiap terjadi kenaikan variabel Kualitas Produk akan menyebabkan kenaikan Minat Beli Ulang.
3. β_3 (Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan) sebesar 0,200 dan bertanda positif yang terdapat pada koefisiensi regresi variabel Kualitas Pelayanan menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Minat Beli Ulang adalah searah. Dimana setiap terjadi kenaikan variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan kenaikan Minat Beli Ulang.
4. Koefisien Regresi Berganda sebesar 0,662 mengandung arti bahwa apabila Lokasi bertambah baik, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan menjadi semakin baik secara simultan, maka Minat Beli Ulang akan semakin meningkat. Jadi ada pengaruh yang positif dari Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.

Uji Parsial i(Uji-t)

Tabel 8. Uji T

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	,555	1,359		,408 ,684
	Lokasi	,098	,072	,147 2,351	,000
	Kualitas Produk	,364	,112	,365 3,235	,002
	Kualitas Pelayanan	,200	,071	,348 2,828	,006

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : data diolah SPSS versi 22

1. Nilai signifikan Lokasi sebesar 0,000 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel lokasi lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.
2. Nilai signifikan Kualitas Produk sebesar 0,002 maka dapat diketahui bahwa nilai

signifikan variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 atau $0,002 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

3. Nilai signifikan Kualitas Pelayanan sebesar 0,006 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 atau $0,006 > 0,05$.
4. 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang..

Uji Simultan (uji F)

Tabel 9. Uji F

Model		ANOVA ^a			
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	348,546	3	116,182	60,761
	Residual	183,564	96	1,912	
	Total	532,110	99		
a. Dependent Variable: Minat Beli					
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kualitas Produk					

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan perolehan data diatas nilai uji F sebesar $60,761 > 2,70$ satuan dengan nilai signifikan untuk Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan adalah 0,000 artinya bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Beli Ulang.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,809 ^a	,655	,644	1,383
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Minat Beli				

Sumber : data diolah SPSS versi 22

Berdasarkan model koefisien determinasi di atas dapat disimpulkan bahwa nilai adjusted R square adalah sebesar 0,644. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen (lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) dalam menerangkan perubahan variabel

dependen (minat beli ulang) sebesar 64,4%, sedangkan sisanya 35,6% menerangkan variabel diluar penelitian ini.

Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang produk Pondok Bakso Kang Bongkot. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,098 dan nilai thitung secara parsial variabel shift kerja terhadap personel diperoleh nilai thitung sebesar 2,351 serta nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Jefri Aldi (2019) dan Hotman, Makmur & Hidayat (2015) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Pondok Bakso Kang Bongkot. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,364 dan nilai thitung secara parsial variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang diperoleh nilai thitung sebesar 3,235 serta nilai sig sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Rahmi Rosita (2016) dan Adi Mulyana & Fransisca Andreani (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Pondok Bakso Kang Bongkot. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,200 dan nilai thitung secara parsial variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang diperoleh nilai thitung sebesar 2,828 serta nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Desi Peburiyanti & Sabran (2020) dan Sri Murwati & Anggrahini Panca Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil perhitungan uji F yang dilakukan mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai uji statistik F memiliki nilai sebesar 60,761 dimana nilai Fhitung variabel tersebut lebih besar dari Ftabel yaitu sebesar 2,70 dan memiliki nilai signifikan 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikan 5% atau 0,05 dan nilai Adjust R square sebesar 0,644.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal. Dibuktikan dengan hasil nilai thitung sebesar $2,351 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal. Dibuktikan dengan hasil nilai thitung sebesar $2,235 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar $0,002 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal. Dibuktikan dengan hasil nilai thitung sebesar $2,828 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar $0,006 < 0,05$.
4. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Beli Ulang Pondok Bakso Kang Bongkot Kabupaten Tegal. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan analisis menunjukan bahwa nilai uji statistik Fhitung memiliki nilai sebesar 60,761 dimana nilai Fhitung variabel tersebut lebih besar dari Ftabel yaitu sebesar 2,70 dan memiliki nilai signifikan 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikan 5% atau 0,05 dan nilai Adjust R square sebesar 0,644.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, J. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, Vol. 1 No. 01. Retrieved from <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i1.81>
- Juhanis. (2014). *Manajemen Kewirausahaan Islam*. Makasar: Alauddin University Press.
- Mulyana, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *Journal Manajemen Bisnis*, Vol. 7, No. 2. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9559>
- Murwati, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). *Vakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Surakarta*. Retrieved from <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/8984>
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, Vol. 20 No.1. Retrieved from <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>
- Rosita, R. (2016). Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction. *E-Journal Widya Ekonomika*, Vol. 1. No. 1. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/55055/pengaruh-lokasi-kelengkapan-produk-kualitas-produk-pelayanan-harga-dan-kenyamanan>
- Setyobudi, I., & Daryanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Sujarwendi, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 3, No. 1, Desember 2022, p. 45-56

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media.

Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano. Jakarta: Indeks.