

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang kafe menjadi salah satu sektor yang perkembangannya banyak diminati oleh konsumen, umumnya masyarakat saat ini memiliki gaya hidup yang menggunakan waktunya untuk melakukan aktivitas diluar menjadikan usaha cafe dan restoran banyak peminatnya. Cafe merupakan salah satu tempat nongkrong yang biasa ditempati oleh berbagai kalangan dan khususnya anak-anak muda. Pengertian terminologisnya yaitu *coffe* dari bahasa Perancis artinya yaitu kopi. Kata *cafe* di Indonesia menjadi kafe yang berhubungan dengan minuman kopi. Cafe disebut tempat yang dapat digunakan untuk menikmati berbagai minuman kopi serta jenis minuman-minuman lainnya dan juga terdapat berbagai sajian makanan ringan.

Menurut pandangan Hornby pada Ahmad Fauzi, kedai kopi (café) memiliki dua pengertian, yaitu: suatu tempat dimana seseorang dapat membeli makanan dan minuman yang sederhana, serta tempat tersebut tidak hanya menjual minuman dan makanan, akan tetapi juga terkadang menjual buku, dan biasanya buka sampai larut malam.¹ Apkrindo (Sekretaris Jenderal Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia) yang bernama Stevan Lie mengatakan bahwa bisnis yang menjadikan orang-orang tertarik adalah bisnis pada bidang ini, bisnis ini dapat tahan dalam keadaan sulit dan juga menjadi

¹ Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, Gede Kamajaya, “*Budaya Nongkrong Anak Muda di Cafe Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana, 2017.

kebutuhan pokok bagi masyarakat. Bisnis cafe dan resto tidak diherankan jika yang berminat semakin bertambah setiap tahunnya, peminat dalam bisnis ini merupakan dari yang hanya mencoba usaha sampai yang mempunyai rasa tertarik dan berkompetensi pada bisnis ini. Steven mengatakan setiap tahun pertumbuhan cafe dan restoran mengalami kenaikan sebanyak 15-20%, kemudian berdasarkan pada jumlah pelaku usahanya Steven memperkirakan mencapai 10.000 cafe diseluruh Tanah air.²

Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar merupakan salah satu dari wilayah lain di Indonesia yang tumbuh dan berkembang banyaknya cafe dan resto, banyaknya kafe tersebut tidak membuat sepi konsumen, walaupun mayoritas konsumennya merupakan penduduk lokal Srengat Blitar. Munculnya beberapa reviewer atau blogger mengesankan kafe di Srengat Blitar punya keistimewaan tersendiri, sehingga perlu di review oleh seorang blogger. Faktor yang mendorong banyaknya kafe dan resto di Srengat Blitar yaitu tumbuhnya pekerja kreatif dalam bidang digital, yang tidak hanya bekerja di kantor tapi juga dimana aja, selama ada jaringan internet dan perangkat yang mendukung. Termasuk di kafe dan resto yang menjadi tujuannya, selain memiliki kesan santai juga dapat membuat mood yang berbeda-beda, tidak hanya monoton seperti di kantor. Selain itu juga, banyaknya kelompok dan komunitas yang membuat ramainya tempat nongkrong, biasanya mengambil waktu di akhir pekan untuk berkumpul

² Pertumbuhan Bisnis Kafe 15-20% Setiap Tahun, Kafe Kolong Jember, 2 oktober 2020.

untuk rapat atau diskusi, atau hanya sekedar nongkrong berkumpul bersama. Kemudian, faktor lainnya yaitu harga-harga makanan dan minuman di kafe dan resto di Blitar yang mempertimbangkan daya beli masyarakat, sehingga kafe dan resto tetap bisa eksis di Blitar.³ Berikut merupakan beberapa Cafe yang terdapat kecamatan Srengat Kabupaten Blitar antara lain :

Tabel 1 1
Data Cafe di Srengat Blitar

No.	Nama Cafe	Alamat
1.	Bromfiets Cafe	Jl. Raya Dandong No.121, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
2.	Tandalan Kopi	Jl. Kawi, Kauman, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66125
3.	Koffie Cling Dandong	Tj. No.28, Dandong, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
4.	Plus Coffee & Drinks	Jl. Raya Dandong No.12, Dandong, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
5.	911 Coffee Gelato	Jl. Mastrip No.7, Srengat II, Srengat, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
6.	Seite.co	Jalan Karyomiharja, Dandong, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
7.	RC CAFE AND CARWASH	A, Dandong, Jl. Raya Dandong No.34, Dandong, Srengat, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
8.	HONOCORO KO.pea	Togogan I, Togogan, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
9.	Kopian	Jl. Cempaka No.32, Srengat II, Srengat, Kec.

³ Ahmad Fahrizal Aziz, Blitar Kota Seribu Cafe, Kompasiana, 2 Juli 2020.

	Cempaka	Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152
10.	Roti Unyil PUNO Kitchen	Jl. Mastrip, Srengat II, Srengat, Kec. Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66152

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Dari data diatas dapat kita ketahui terdapat 10 cafe yang berada di wilayah Srengat Kabupaten Blitar. Dari 10 cafe tersebut peneliti memilih 3 cafe yaitu Bromfiets Cafe, Plus Coffee & Drinks, dan RC Cafe and Carwash, dikarena lokasi yang berdekatan yaitu sama-sama berada di jalan raya Dandong. Dimana berbagai produk yang ditawarkan seperti makan, minum, snack,dll dengan berbagai macam kualitas dan cita rasa yang disesuaikan dengan selera masyarakat. Hal tersebut mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan untuk datang ke Cafe.

Dari ketiga Cafe tersebut tujuan dari konsumen datang kesana adalah untuk makan, berkumpul bersama, mencari suasana berbeda dalam bekerja atau belajar, atau sekedar mencari hiburan semata dengan memanfaatkan berbagai macam fasilitas yang telah disediakan. Yang membedakan adalah memiliki keunggulan tersendiri dari setiap cafe. Berdasarkan observasi peneliti pada tanggal Juli 2024 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1 2
Perbandingan Cafe

Perbedaan	Bromfiets Cafe	RC Cafe And Carwash	Plus Coffee & Drinks
<i>Place</i> (Lokasi) Mencakup lokasi yang strategis dan fasilitas yang mendukung.	Lokasi berada di pinggir jalan raya, sangat terlihat oleh orang yang berlalu lalang di jalan, parkir luas baik motor ataupun mobil mudah, ada yang mengatur & menjaga parkir sehingga lebih aman, tempat bersih, karena lokasi yang luas jika berada di depan kendaraan akan sedikit terdengar namun jika di belakang tidak terdengar, terdapat musik pada cafe, suhu ruang menggunakan kipas angin,	Lokasi berada di pinggir jalan raya, parkir di dalam, tempat bersih, terdapat musik pada cafe, karena lokasi yang cukup luas dan tertutup suara kendaraan tidak terdengar, suhu ruang menggunakan kipas angin, lighting remang-remang, nuansa carwash indoor, banyak space untuk tempat duduk namun hanya ada sedikit tempat duduk karena untuk tempat parkir dan carswash di sampingnya, lebih terfokus pada cuci motor/mobil.	Lokasi berada di pinggir jalan raya, sering terlewati dari pandangan orang yang berlalu lalang di jalan karena cafe yang kecil dan berada di atas toko, parkir mobil sulit karena di pinggir jalan raya, parkir sepeda motor pun hanya mampu menampung beberapa motor, ada yang mengatur & menjaga parkir sehingga lebih aman, tempat bersih, terdapat

	<p>lighting remang-remang saat malam hari, banyak space untuk tempat duduk baik indoor maupun outdoor juga terdapat berbagai macam pilihan tempat duduk, memiliki desain yang berbeda-beda di setiap tempat duduknya, bernuansa kuno dan antik, terdapat banyak spot untuk berfoto, terdapat banyak koleksi benda-benda klasik/antik, serta bangunan – bangunan bernuansa klasik, terdapat tempat untuk berkaraoke dan/atau mengadakan suatu acara/event.</p>		<p>musik pada cafe, suhu ruang menyesuaikan cuaca karena tidak menggunakan kipas angin, karena terlalu dekat dengan jalan raya suara kendaraan terdengar, lighting remang-remang, tata ruang indoor bernuansa minimalis dan sedikit space untuk tempat duduk.</p>
--	---	--	---

<i>Price</i> (Harga)	Minuman : 5k – 17k Makanan : 12k – 33k Grill : 120k Snack : 12k - 13k	Minuman : 3k – 11k Makanan : 7k - 11k Snack : 8k – 10k Carwash : ➤ Cuci motor : 10k ➤ Cuci mobil : 35k ➤ Cuci mobil besar : 40k ➤ Elf, elf long, dll : 50k	Minuman : 10k – 20k Makanan : 12k – 15k Snack : 2k – 15k BBQ : 15k – 45k
-------------------------	--	---	---

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari ketiga cafe tersebut, pada kategori lokasi lebih unggul pada Bromfiet Cafe dari pada cafe lain yang di perbandingkan. Selain itu pada kategori harga pada segi makanan dibandingkan dengan cafe lain, Bromfiet Cafe termasuk dalam kategori mahal. Beberapa hal yang telah disebutkan bisa saja menarik minat konsumen untuk lebih memilih datang ke Bromfiets Cafe Srengat Blitar karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau ataupun karena fasilitasnya yang lebih lengkap dari cafe yang lain. Sehingga dengan lebih lengkapnya fasilitas Bromfiets Cafe Srengat Blitar dibanding cafe yang lain dapat menarik lebih banyak minat konsumen. Selain itu bisa juga karena harga makanan yang mahal dibanding cafe lain dengan kualitas yang lebih baik dibanding cafe lain. Sehingga dapat lebih menarik minat konsumen untuk lebih memilih di Bromfiets Cafe Srengat Blitar. Oleh karena itu, peneliti memilih Bromfiets Cafe sebagai objek penelitian.

Tabel 1 3

Data Penjualan Harian Bromfiets Cafe Srengat Blitar
Bulan Juli 2024 (Dalam Rupiah)

Tgl.	Penjualan	Tgl.	Penjualan	Tgl.	Penjualan
1.	322.500	12.	378.600	23.	311.500
2.	308.500	13.	301.500	24.	322.500
3.	315.500	14.	435.600	25.	315.500
4.	302.500	15.	402.000	26.	342.000
5.	318.500	16.	345.000	27.	387.500
6.	392.000	17.	316.700	28.	423.000
7.	375.500	18.	356.000	29.	325.000
8.	365.500	19.	387.000	30.	338.500
9.	323.700	20.	408.500	31.	352.000
10.	342.500	21.	432.500	Total	10.911.600
11.	318.500	22.	345.500		

Sumber : Data dari pihak Bromfiets Cafe Srengat Blitar

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui bahwa penjualan harian bulan juli 2024 paling rendah adalah Rp. 301.500 dan paling tinggi adalah Rp. 435.600, dengan total penjualan mencapai Rp. 10.911.600 berdasarkan harga produk yang ditawarkan Bromfiets Cafe tersebut, maka meskipun di Srengat kabupaten Blitar terdapat banyak Cafe, namun Bromfiets Cafe tetap diminati oleh konsumen dan memiliki daya tarik tersendiri.

Bromfits Cafe Srengat Blitar memiliki daya tarik yang cukup potensial sehingga dapat menarik konsumen untuk datang. Dinamakan Bromfiets diambil dari salah satu nama motor yang unik dari beberapa macam koleksi motor antiq di Bromfiets Cafe, nama motor tersebut diambil dari bahasa belanda Bromfiets yang artinya sepeda motor yang bisa dikayuh. Bromfiets Cafe mengusung tema klasik / kuno yang dapat menjadikan

pengunjung untuk bernostalgia ke jaman dahulu, pada berbagai sudut cafe terdapat berbagai macam motor antiq / klasik yang muncul dari sebelum merdeka maupun pasca kemerdekaan Republik Indonesia. Dengan mengikuti sebuah komunitas motor antiq di Indonesia. Berbagai macam motor antiq dapat dilihat disana, selain itu, terdapat juga mobil antiq, andong, cikar, becak mini, sepeda mini, mesin ketik, hingga lampu pentromax. Tidak hanya itu terdapat juga meja dan kursi hingga bangunan – bangunan dari kayu jati kuno. Keunikan dari kafe tersebut membuat banyak nya suatu komunitas atau kelompok yang lebih memilih mengadakan suatu acara, event, dll di kafe tersebut. Padahal wilayah terdekat Bromfiet Cafe juga terdapat Cafe lain seperti Plus Coffee & Drinks dan RC Cafe and Carwash. Berikut data perbandingan pada ketiga cafe tersebut.

Dalam mengelola suatu Cafe, untuk menarik minat konsumen terdapat berbagai strategi pemasaran, salah satunya adalah marketing mix 4P atau bauran pemasaran 4P.⁴ Menurut Assauri dalam Jesse Marcelins dan Billy Tantra B, Bauran pemasaran atau Marketing Mix adalah Variabel-variabel terkendali yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan.⁵ Bauran pemasaran 4P terdapat variabel-variabel yaitu *product (produk)*, *price (harga)*, *promotion (promosi)*, *place (lokasi)*. Berdasarkan uraian tersebut

⁴ Ricky Martjiono, dkk. Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!, Surabaya, Indonesia.

⁵ Jesse Marcelins, Billy Tantra B, *Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya, Universitas Kristen Petra, Surabaya.*

peneliti melakukan survey untuk mencari fokus penelitian terhadap 36 responden. Hasil dari survey tersebut yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 4

Data Observasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen untuk Berkunjung ke Kafe

No	Faktor-faktor	Jumlah	Presentase
1.	Lokasi	13	36,1%
2.	Harga	12	33,3%
3.	Produk	6	16,6%
4.	Promosi	5	14%
Total		36	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Sesuai dengan data tabel di atas, dapat diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi pembelian yang di tinjau dari maksud bauran pemasaran 4P atau *marketing mix* adalah lokasi dan harga. Sehingga dapat diketahui bahwa place (lokasi) Bromfiet Cafe lebih unggul daripada cafe lainnya dari segi letak yang strategis dan fasilitas yang lebih banyak, kemudian pada price (harga) Bromfiets Cafe termasuk dalam kategori sedang dibanding dengan cafe lainnya.

Kemudian, peneliti menemukan bahwa dalam penelitian yang dilakukan oleh Damajanti Sri Lestari, Fedianty Augustinah, Liling

Listyawati, Kasmawati⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua variabel independen—harga dan lokasi—berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang di Bukit Amaish Café dan Resto. Variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang di sana, tetapi variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang di sana.

Selain itu pada penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi Angga Reta Puji Estu⁷. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Jaguar Cafe dan Resto Kediri, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Jaguar Cafe dan Resto Kediri, tetapi variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan..⁸

Dari penelitian di atas terdapat kesamaan yaitu sama-sama meneliti harga dan lokasi di suatu cafe, namun memiliki hasil yang berbeda pada kedua penelitian tersebut. Maka perlunya dilakukan penelitian ulang untuk mengkonfirmasi hasil penelitian tersebut.

⁶ Damajanti Sri Lestari, Fedianty Augustinah, Liling Listyawati, Kasmawati (2023),” Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bukit Amaish Café Dan Resto Di Parepare Sulawesi Selatan” Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi (JIABI) – Vol. 7 No. 2.

⁷ Dewi Angga Reta Puji Estu, (2023),” Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaguar Cafe Dan Resto Kediri” Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis Vol. 1 No. 4 November 2023 e-ISSN : 2987-923X, p-ISSN : 2987-7989, Hal 245-266 DOI: <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.435> , Universitas Islam Kadiri.

⁸ Dewi Angga Dewa Puji Esti, 2023.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BROMFIETS CAFE SRENGAT BLITAR”**.

A. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana lokasi Bromfiets Cafe Srengat Blitar?
2. Bagaimana harga Bromfiets Cafe Srengat Blitar?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar?
6. Bagaimana pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui lokasi Bromfiets Cafe Srengat Blitar.
2. Untuk mengetahui harga Bromfiets Cafe Srengat Blitar.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.
6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen yang berkunjung ke Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis dan praktis diharapkan dari hasil penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis
 - a) Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - b) Dapat memberikan gambaran kepada peneliti selanjutnya tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Manfaat Praktis
 - a) Untuk peneliti lain diharapkan dapat memberi manfaat untuk memperluas gambaran dalam penulisan skripsi. Bisa menjadi studi pembandingan maupun penunjang dalam penelitian mereka selanjutnya.
 - c) Untuk mahasiswa lain dapat menambah wawasan tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - d) Bagi perusahaan dapat menggunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

e) Untuk masyarakat luas dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi mengenai pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Manfaat Secara Akademis

Penelitian ini bisa digunakan untuk menambah referensi atau informasi yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa ataupun akademisi yang lain tentang keputusan konsumen.

D. Telaah Pustaka

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dikumpulkan oleh peneliti:

1. Damajanti Sri Lestari, Fedianty Augustinah, Liling Listyawati, Kasmawati (2023),” Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bukit Amaish Café Dan Resto Di Parepare Sulawesi Selatan”.⁹ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan juga penelitian kausal serta menggunakan teknik sampling insidental. Hasil uji signifikansi F menunjukkan bahwa hasil perhitungan F hitung lebih besar daripada F tabel (11,124 lebih besar daripada 3,245) dengan nilai sig (0,000 lebih besar daripada 0,05). Menurut uji signifikansi parsial harga, nilai t hitung lebih besar daripada t tabel (1,293 lebih besar daripada 2,024) dengan signifikansi 0,204 lebih besar daripada 0,05, sehingga

⁹ Damajanti Sri Lestari, dkk (2023).

hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak artinya hipotesis menunjukkan bahwa hasil harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji signifikansi parsial variabel lokasi diperoleh nilai t hitung = 2,066 yang berarti t hitung > t tabel ($2,066 > 2,024$) dengan signifikansi $0,046 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya hipotesis diterima karena menunjukkan hasil lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bukit Amaish Café and Resto.

Persamaan pada penelitian Damajanti Sri Lestari, dkk adalah sama-sama mengkaji variabel harga, lokasi dan keputusan pembelian konsumen, serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan yang dilakukan peneliti adalah terletak pada penelitian Damajanti Sri Lestari, dkk variabel harga dan lokasi pada Bukit Amaish Café Dan Resto Di Parepare Sulawesi Selatan, sedangkan pada penelitian ini meneliti variabel lokasi dan harga pada Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

2. Dewi Angga Reta Puji Estu¹⁰ (2023),” Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaguar Cafe Dan Resto Kediri”. Peneliti memilih Jaguar Cafe and Resto Kediri berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian kuantitatif asosiatif ini. Dengan menggunakan teknik nonprobabilitas, Jaguar Cafe and Resto di Jl. Merak, Karangmulyo Branggahan, Kec. Ngadiluwih

¹⁰ Ibid, Dewi Angga Dewa Puji Esti, 2023.

Kediri memiliki 1.703 pengunjung. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor berikut berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk membeli Jaguar Cafe and Resto Kediri: harga memiliki pengaruh yang signifikan, lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan.

Persamaan pada penelitian Dewi Angga Reta Puji Estu adalah sama-sama mengkaji variabel harga, lokasi dan keputusan pembelian konsumen, serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan yang dilakukan peneliti adalah terletak pada penelitian Dewi Angga Reta Puji Estu juga meneliti variabel promosi, kemudian tempat penelitian berada di Jaguar Cafe Dan Resto Kediri, sedangkan pada penelitian ini hanya meneliti variabel lokasi dan harga yang bertempat di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

3. Debby Cynthia, Haris Hermawan , Ahmad Izzudin, (2022) ¹¹ PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Hasil uji t menunjukkan signifikan lokasi (0,690) dan kualitas pelayanan (0,908) lebih besar dari 0,05, sehingga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,900 lebih besar dari 0,05, sehingga secara

¹¹ Debby Cynthia, Haris Hermawan , Ahmad Izzudin, (2022)¹¹ PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1.

simultan lokasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa (-0,029) keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan di Amanah Mart.

Persamaan pada penelitian Hari Susan Debby Cynthia, Haris Hermawan, Ahmad Izzudin to adalah sama-sama mengkaji Variabel lokasi dan keputusan pembelian, serta juga memakai metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah jika pada penelitian Debby Cynthia, Haris Hermawan, Ahmad Izzudin meneliti lokasi dan kualitas pelayanan di Amanah Mart, sedangkan pada penelitian ini meneliti lokasi dan harga di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

4. Sri Mulyana¹² “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru”. Hasil penelitian adalah nilai t pada model struktural, dapat diidentifikasi bahwa tidak seluruh lintasan memiliki pengaruh positif dan signifikan karena ada satu variable tidak memiliki Critical Ratio(CR) $>1.96/Probability(P) <0,05$ sehingga hipotesis ditolak yaitu pada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Variabel ulasan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan karena memiliki Critical Ratio(CR) $>1.96/Probability(P)<0,05$ sehingga hipotesis diterima.

¹² Sri Mulyana “Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru”, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada BundaJl. Diponegoro.

Persamaan pada penelitian Sri Mulyana adalah sama-sama mengkaji Variabel harga dan keputusan pembelian, serta juga memakai metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah jika pada penelitian Sri Mulyana meneliti harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru, sedangkan pada penelitian ini meneliti lokasi dan harga di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

5. Dimas Aryo Baskoro dan Farah Mahmudah (2021),¹³” Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian”. Pengaruh Suasana Kafe dan Harga terhadap Keputusan Pembelian adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Untuk mengumpulkan data, kuesioner dibagikan kepada 30 orang yang pernah mengunjungi Coffee and Breakfast Klasik Bogor. Metode pengambilan sampel yang tidak disengaja digunakan dalam proses pengambilan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana kafe dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 114,129 lebih besar dari 3,05, dan signifikansi hanya 0,05 (0,000 kurang dari 0,05).

Persamaan pada penelitian Dimas Aryo Baskoro dan Farah Mahmudah adalah sama-sama mengkaji variabel harga dan keputusan pembelian konsumen, serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan yang dilakukan peneliti adalah terletak

¹³ Dimas Aryo Baskoro dan Farah Mahmudah (2021),” Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian”

pada penelitian Dimas Aryo Baskoro dan Farah Mahmudah meneliti variabel lain yaitu Suasana Café, sedangkan pada penelitian ini meneliti variabel lain yaitu lokasi, serta tempat penelitian peneliti terdahulu adalah di Klasik Coffee and Breakfast Bogor dan juga menggunakan metode penelitian deskriptif sedangkan pada penelitian ini di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

6. Anggun Setya Ningrum dan Sri Suryoko, (2018),” PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PEACOCKOFFIE, SEMARANG ”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, dan lokasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel produk memiliki koefisien yang paling besar dari ketiga variabel yang dianalisis, hanya dibandingkan dengan variabel harga dan lokasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari ketiga variabel tersebut, variabel harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian di Peacockoffie Semarang, dengan nilai 0,955, sedangkan variabel lokasi dan produk masing-masing memiliki nilai 0,776, masing-masing.

Persamaan pada penelitian Anggun Setya Ningrum dan Sri Suryoko adalah sama-sama mengkaji variabel harga, lokasi, dan keputusan pembelian konsumen, serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan yang dilakukan peneliti adalah terletak pada penelitian Anggun Setya Ningrum dan Sri Suryoko meneliti

variabel lain yaitu produk, sedangkan pada penelitian ini hanya terfokus pada variabel lokasi dan harga, serta tempat penelitian peneliti terdahulu adalah di Peacockoffie Semarang sedangkan pada penelitian ini di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

7. Penelitian oleh Devi Julita Permana¹⁴. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan hasil uji korelasi (r), variabel X dan Y memperoleh nilai sebesar 897, yang menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel harga dan keputusan pembelian. Uji t menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 jika nilainya kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian.

Persamaan pada penelitian Devi Julita Permana adalah sama-sama mengkaji variabel lokasi dan keputusan pembelian, serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan yang dilakukan peneliti adalah terletak pada salah satu variabel yaitu lokasi, kemudian perbedaan lainnya terletak pada lokasi yang diteliti.

8. Penelitian oleh Hanifa Laili Awaludina¹⁵. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan hasil perhitungan (r), variabel lokasi (X1) terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah sebesar 0,535, yang menunjukkan bahwa ada hubungan sedang. Selain itu, ada hubungan yang lemah

¹⁴ Devi Julita Permana, Skripsi “*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Memilih Sarana Olahraga Air (Studi Pada Kolam Renang Tirta Indah Kediri)*”, Iain Kediri, Kediri, 2020.

¹⁵ Hanifa Laili Awaludina, *Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Buatan (Studi pada Umbul Square Madiun)*, Iain Kediri, Kediri, 2020.

antara variabel X1 dan X2, yaitu -0,094. Ditunjukkan secara parsial bagaimana variabel terikat dan variabel bebas berhubungan satu sama lain. sinyal yang diperoleh dari uji korelasi berganda. Nilai F sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa produk dan lokasi berpengaruh pada keputusan untuk pergi. Persamaan yang diberikan oleh hasil regresi linier berganda adalah $Y = 5,097 + 0,680 X1 + 0,530 X2$. Nilai determinasi (R^2) adalah 0,700, atau 70,0%, yang menunjukkan bahwa lokasi dan produk memiliki pengaruh sebesar 70,0% terhadap keputusan konsumen untuk mengunjungi Alun-alun Umbul Madiun.

Persamaan dalam penelitian Hanifa Laili Awaludina adalah sama-sama mengkaji variabel lokasi dan keputusan pembelian, serta menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya pada penelitian Hanifa Laili Awaludina ada variabel yang berbeda yaitu produk, sedangkan dalam penelitian disini peneliti menggunakan variabel harga, selain itu perbedaan lainnya adalah pada lokasi yang diteliti.

E. HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang ditulis dalam bentuk pertanyaan, hipotesis penelitian ini adalah:

a. H_{a1} : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

H_{o1} : Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

b. H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

H_{o2} : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

c. H_{a3} : Lokasi dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

H_{o3} : Lokasi dan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.