

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan zaman telah membawa dampak pada pola perilaku masyarakat. Aktivitas yang semakin padat serta gaya hidup kekinian yang akrab dengan teknologi modern menjadi faktor utama terjadinya perubahan tersebut. Salah satu contohnya adalah meningkatnya kebiasaan masyarakat untuk berkumpul dan bersantai di kedai kopi. Kopi kini tidak hanya dikonsumsi untuk menghilangkan rasa kantuk atau lelah, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Tidak hanya kaum pria, perempuan pun kini banyak yang menikmati kopi. Kebiasaan minum kopi telah menjadi tren di berbagai kalangan. Banyak orang lebih memilih menikmati kopi di cafe dari pada di rumah karena dianggap sebagai bentuk hiburan, terutama saat dilakukan bersama keluarga, teman, atau rekan kerja.¹

Industri penyediaan makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan Publikasi Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023, jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 4,85 juta usaha, meningkat sekitar 21,13 persen dibandingkan tahun 2016 yang tercatat sebanyak 4,01 juta usaha. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor kuliner merupakan salah satu sektor yang tumbuh pesat dan memiliki daya tarik tersendiri, baik dari sisi peluang usaha maupun penyerapan tenaga kerja. Tercatat sebanyak 9,80 juta tenaga kerja diserap oleh sektor ini pada tahun 2023, meningkat 20,48 persen dari tahun 2016.

¹ Nabila Fazha Azizah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ar Coffe Beverage," *Skripsi* (2023).

Selain itu, nilai penjualan usaha penyediaan makanan dan minuman juga mengalami lonjakan hingga mencapai Rp998,37 triliun dengan nilai pengeluaran sebesar Rp601,21 triliun.²

Pertumbuhan yang pesat ini turut mencerminkan tingginya persaingan antar pelaku usaha di bidang makanan dan minuman, termasuk di daerah Kabupaten Kediri. Salah satu bentuk usaha yang berkembang adalah cafe, yang tidak hanya menawarkan produk makanan dan minuman, tetapi juga menghadirkan konsep dan suasana tempat sebagai daya tarik utama bagi konsumen. Dalam konteks ini, lokasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih cafe sebagai tempat untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar bersantai.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku *Marketing Management*, Place (lokasi) merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (4P) yang berperan dalam memudahkan konsumen mengakses produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian karena kemudahan akses, kenyamanan, dan keterjangkauan.³

Kabupaten Kediri merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi pariwisata cukup beragam, mulai dari wisata alam, sejarah, budaya, hingga wisata buatan. Beberapa destinasi yang populer di kalangan wisatawan meliputi Gunung Kelud dengan panorama kawah dan jalur pendakiannya, Monumen Simping Lima Gumul yang ikonik, serta Gumul Paradise Island sebagai tempat

² Badan Pusat Statistik, *Statistik Penyediaan*, 2024.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, ed. 15 (New Jersey: Pearson Education, 2015), 278.

wisata keluarga. Keberagaman tersebut menjadikan Kabupaten Kediri sebagai daerah yang kaya akan destinasi wisata yang mampu menarik berbagai segmen pengunjung. Di antara berbagai kecamatan yang memiliki potensi pariwisata, Kecamatan Mojo menjadi salah satu kawasan yang memiliki karakteristik tersendiri. Terletak di kaki Gunung Wilis, kawasan ini menawarkan suasana pegunungan yang sejuk, udara bersih, dan lanskap alam yang masih terjaga. Beberapa objek wisata alam yang berada di wilayah ini antara lain Air Terjun Irenggolo dan Air Terjun Dholo, yang telah lama menjadi destinasi favorit bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Akses menuju lokasi-lokasi tersebut juga relatif mudah, didukung oleh infrastruktur yang terus dikembangkan oleh pemerintah setempat. Tidak hanya menawarkan keindahan alam, kawasan Mojo juga menunjukkan perkembangan dalam aspek ekonomi wisata, ditandai dengan meningkatnya jumlah warung, kedai, dan fasilitas penunjang lainnya yang muncul seiring dengan tingginya kunjungan wisata. Kondisi geografis, potensi alam, dan aktivitas ekonomi yang tumbuh di kawasan ini menunjukkan bahwa Mojo merupakan salah satu wilayah yang cukup menonjol dalam kontribusinya terhadap sektor pariwisata Kabupaten Kediri.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kediri dalam publikasi Kecamatan Mojo Dalam Angka 2024, Kecamatan Mojo menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam sektor penyediaan makanan dan minuman. Tercatat terdapat sejumlah warung dan kedai makan minum yang tersebar di berbagai desa dalam kecamatan ini, mencerminkan meningkatnya aktivitas ekonomi lokal serta kebutuhan masyarakat akan layanan kuliner. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan dinamika konsumsi masyarakat, tetapi juga membuka peluang bagi

pelaku usaha baru, termasuk cafe dan tempat makan modern, untuk berkompetisi dalam menarik minat konsumen⁴. Berikut merupakan data warung/kedai makan minum yang ada di Kecamatan Mojo, antara lain:

Tabel 1.1
Data Warung/Kedai Makan Minum Di Kecamatan Mojo

No	Nama Desa	Jumlah Warung/Kedai Makan Minum
1	Ngetrep	12
2	Ngadi	55
3	Kranding	36
4	Maesan	24
5	Ponggok	5
6	Petungroto	17
7	Pamongan	-
8	Kedawung	7
9	Ploso	35
10	Tambibendo	19
11	Kraton	12
12	Blimbing	6
13	Jugo	110
14	Mojo	23
15	Mlati	28
16	Surat	25
17	Sukoanyar	33
18	Keniten	7
19	Mondo	10
20	Petok	8

Sumber: Data Dari Badan Pusat Statistik 2024

Berdasarkan tabel 1.1 Desa Jugo merupakan Desa di Kecamatan Mojo yang memiliki jumlah warung atau kedai makan dan minum terbanyak dibandingkan desa-desa lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa Desa Jugo memiliki potensi ekonomi yang kuat di sektor kuliner serta aktivitas konsumsi masyarakat yang cukup tinggi. Tingginya jumlah usaha kuliner juga mencerminkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu,

⁴ Badan Pusat Statistik, “Kecamatan Mojo Dalam Angka 2024,” 2024.

pemilihan Desa Jugo sebagai lokasi penelitian menjadi sangat relevan, karena dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di tengah persaingan usaha yang padat. Berikut merupakan beberapa warung/kedai makan minum yang terdapat di Desa Jugo antara lain :

Tabel 1.2

Data Warung/Kedai Makan Minum Di Desa Jugo

No	Nama Café	Alamat
1	Cafe Prongos	Jl. Slamet, Hutan, Jugo. Kec, Mojo. Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
2	Warung Lesehan Batu Tulis	Jl. Slamet , Hutan, Blimbing, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
3	Kedai Kopi Qita	Jl. Slamet, Hutan, Blimbing, Kec. Mojo Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
4	Kedai Pak Dhe	Besuki, Jugo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
5	Putri Wilis	Jl.Slamet, Hutan, Blimbing, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
6	Warung Babe Sujak	Jl.Slamet, Hutan, Jugo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
7	Warung Vinus Atas Villa GG	Jl. Slamet, Besuki, Jugo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.
8	Cafe Keluarga Rama	Jl. Besuki, Jugo, Kec. Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162.

Sumber: Data Dari Badan Pusat Statistik 2024

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat delapan warung/kedai makan minum yang berada di Desa Jugo. Merujuk data di atas, peneliti memilih tiga warung/kedai makan minum yang berada di kawasan wisata dan lokasinya saling berdekatan secara geografis, yaitu Cafe Prongos, Warung Lesehan Batu Tulis, dan Kedai Kopi Qita. Ketiga warung/kedai makan minum ini terletak di jalur yang sama menuju area wisata di Desa Jugo dan berjarak kurang dari satu kilometer satu sama lain. Kedekatan lokasi ini memungkinkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam satu area yang sama, sehingga relevan untuk digunakan sebagai objek

perbandingan awal guna menilai sejauh mana faktor lokasi memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1.3

Perbandingan Peminat Warung/Kedai Makan Minum

No	Nama Cafe	Jumlah	Presentase
1	Cafe Prongos	86 Orang	86 %
2	Warung Lesehan Batu Tulis	10 Orang	10 %
3	Kedai Kopi Qita	4 Orang	4 %
Total		100 Orang	100 %

Sumber: Data Diolah Peneliti Dengan Menyebarkan Kuesioner 2025

Berdasarkan tabel 1.3 Cafe Prongos merupakan warung/kedai makan minum yang paling banyak dipilih oleh responden dibanding dua warung/kedai makan minum lainnya, yaitu Warung Lesehan Batu Tulis dan Kedai Kopi Qita. Sebanyak 86 orang (86%) memilih Cafe Prongos, 10 orang (10%) memilih Warung Lesehan Batu Tulis dan 4 orang (4%) memilih Kedai Kopi Qita. Selain itu ada juga perbandingan beberapa fasilitas, harga, dan bentuk promosi yang dilakukan oleh masing-masing warung/kedai makan minum dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1.4

Perbandingan Fasilitas Yang Ada Di Warung/Kedai Makan Minum

No	Pembeda	Café Prongos	Warung Lesehan Batu Tulis	Kedai Kopi Qita
1	<i>Product</i> (produk)	Aneka minuman dingin /panas, Snack & makanan berat	Aneka minuman dingin /panas, Snack & makanan berat	Aneka minuman dingin /panas, Snack & makanan berat
2	<i>Price</i> (harga)	Rp 5.000 – Rp 15.000	Rp 5.000 – Rp 15.000	Rp 5.000 – Rp 17.000
3	<i>Place</i> (tempat)	<ul style="list-style-type: none"> Outdoor dan semi-outdoor seating 	<ul style="list-style-type: none"> Outdoor dan semi-outdoor seating 	<ul style="list-style-type: none"> Outdoor dan semi-outdoor seating

		<ul style="list-style-type: none"> • View kabut dan pegunungan • Spot foto instagramable • Wi-Fi • Mushola • Menu yang beraneka ragam • Toilet bersih • Parkir • Buka 24 jam • <i>Glamping</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • View kabut dan pegunungan • Spot foto • Instagramable • Wi-Fi • Mushola • Toilet • Buka 24 jam 	<ul style="list-style-type: none"> • View kabut dan pegunungan • Spot foto Instagramable • Wi-Fi • Mushola • Toilet bersih
4	Promotion (promosi)	sosial media, dan dari mulut ke mulut (rekomendasi pelanggan)	sosial media, dan dari mulut ke mulut (rekomendasi pelanggan)	sosial media, dan dari mulut ke mulut (rekomendasi pelanggan)

Sumber: Data Dari Hasil Observasi Mei 2025

Berdasarkan Tabel 1.4 ditemukan bahwa Cafe Prongos memiliki keunggulan dibandingkan dua warung/kedai makan minum, yakni Warung Lesehan Batu Tulis dan Kedai Kopi Qita. Meskipun dari segi produk, harga, dan promosi ketiganya relatif serupa, Cafe Prongos unggul dari sisi fasilitas. Selain memiliki area duduk outdoor dan semi-outdoor, pemandangan pegunungan, spot foto, Wi-Fi, mushola, toilet bersih, dan jam operasional 24 jam seperti kedai lain, Cafe Prongos juga dilengkapi dengan area parkir yang luas dan fasilitas glamping yang tidak dimiliki oleh kompetitornya. Kelengkapan fasilitas ini menjadi nilai tambah yang signifikan, membuat konsumen merasa lebih nyaman dan tertarik datang untuk membeli. Ditambah dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, Cafe Prongos mampu menarik minat lebih banyak pengunjung dibandingkan kedai di sekitarnya. Temuan ini menunjukkan bahwa perpaduan antara fasilitas lengkap dan lokasi yang mendukung menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian konsumen di Cafe Prongos.

Tabel 1.5**Perbandingan Penilaian Konsumen Google Yang Ada Di Warung/Kedai Makan Minum**

No	Penilaian	Cafe Prongos	Warung Lesehan Batu Tulis	Kedai Kopi Qita
1	Jumlah Rating	4,4	4,5	4,9
2	Jumlah Ulasan	805 Orang	234 Orang	347 Orang

Sumber: Data Diperoleh Dari Google Maps Tahun 2025

Meskipun Cafe Prongos memiliki rating Google sebesar 4,4 lebih rendah dibandingkan Warung Lesehan Batu Tulis (4,5) dan Kedai Kopi Qita (4,9)—cafe ini justru mendapatkan jumlah ulasan terbanyak, yaitu sebanyak 805 ulasan, yang jauh melampaui dua lainnya. Tingginya jumlah penilaian ini menunjukkan bahwa Cafe Prongos merupakan tempat yang paling sering dikunjungi dan meninggalkan kesan bagi para konsumennya. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik cafe tidak hanya dinilai dari angka rating, melainkan dari pengalaman menyeluruh yang dirasakan konsumen ketika berkunjung. Terlebih lagi, dalam Tabel 1.3, Cafe Prongos menjadi tempat yang paling disukai dengan persentase pilihan sebesar 86%, mengungguli warung/kedai makan minum lain yang berada di lokasi yang sama. Temuan ini menunjukkan bahwa lokasi strategis, suasana yang nyaman, dan fasilitas yang memadai mampu mengalahkan sekadar penilaian rating. Keunikan inilah yang menjadi alasan kuat bagi peneliti untuk tertarik meneliti lebih lanjut tentang Cafe Prongos, khususnya mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1.6

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Berkunjung Ke Cafe Prongos Sesuai dengan Bauran Pemasaran 4P

No	Faktor-faktor	Jumlah Responden
1	<i>Place</i> (Lokasi)	78 Orang
2	<i>Promotion</i> (Promosi)	5 Orang
3	<i>Price</i> (Harga)	3 Orang
4	<i>Product</i> (Produk)	0 Orang
Total		86 Orang

Sumber: Data Diolah Peneliti Dengan Menyebarkan Kuesioner 2025

Berdasarkan tabel 1.6 lokasi merupakan faktor dominan dalam keputusan pembelian konsumen di Cafe Prongos, dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi strategis menjadi salah satu aspek krusial dalam keberhasilan suatu usaha, khususnya di sektor kuliner. Temuan ini diperkuat oleh pendapat Kotler dan Armstrong, yang menjelaskan bahwa faktor situasional seperti lokasi, aksesibilitas, dan lingkungan sekitar berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian.⁵

Melihat ragam dari hasil penelitian tersebut, maka menarik untuk menguji lebih lanjut bagaimana peran lokasi dalam memengaruhi keputusan pembelian pada konteks yang berbeda, khususnya di sektor kuliner seperti cafe. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen, sebagaimana tercermin dalam judul: “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri”.

⁵ P Kotler and G M Armstrong, *Principles of Marketing*, Always Learning (Pearson Higher Education, 2017), <https://books.google.co.id/books?id=ghi5zwEACAAJ>.

B. Rumusan Penelitian

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

1. Bagaimana Lokasi Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisa Lokasi Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.
2. Untuk Menganalisa Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.
3. Untuk Menganalisa Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Prongos Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran terkait faktor lokasi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa, baik pada usaha kuliner maupun sektor usaha lainnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha (Cafe Prongos)

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam menentukan strategi penentuan lokasi serta pengelolaan lingkungan usaha yang lebih efektif untuk menarik konsumen.

b. Bagi Konsumen

Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, sehingga konsumen dapat lebih sadar dalam mempertimbangkan aspek lokasi ketika memilih tempat kuliner.

c. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Menjadi sumber tambahan literatur serta bahan pembelajaran mengenai hubungan antara variabel lokasi dengan perilaku konsumen, sehingga memperkaya kajian dalam bidang manajemen dan pemasaran.

d. Bagi Pemerintah atau Pengambil Kebijakan

Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) khususnya pada sektor kuliner, dengan memperhatikan peran strategis lokasi usaha dalam mendukung daya saing.

E. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka membantu penelitian memahami sejauh mana pemahaman topik penelitian sebelumnya. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan studi ini, sebagai berikut:

1. **Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Setiawan Sinta Pramisti (2023) yang berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi (Studi Pada Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri)”, Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.**⁶

Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,708 atau 70,8%, yang berarti lokasi memberikan kontribusi besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *probability sampling* terhadap populasi tak terbatas, dan melibatkan 349 responden yang merupakan konsumen Kedai Kopi 66. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara lokasi dan keputusan pembelian, ditunjukkan dengan nilai pearson correlation yang berada pada rentang 0,81–1,00. Kesamaan penelitian ini dengan judul skripsi saya, terletak pada variabel yang diteliti, yaitu lokasi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian; penelitian terdahulu dilakukan di Kedai Kopi 66, sementara skripsi saya akan dilakukan di Cafe Prongos Jugo Kediri, yang tentunya memiliki karakteristik konsumen dan lingkungan usaha yang berbeda.

⁶ Setiawan Sinta Pramisti, “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi (Studi Pada Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri)” (2023).

2. Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Siti Hardianti (2022) berjudul **“Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Jajanan Pasar Pedagang Kaki Lima di Taman Kantor Bupati Aceh Tamiang”, diterbitkan dalam JIRK: Journal of Innovation Research and Knowledge.**⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada jajanan pasar pedagang kaki lima, menggunakan metode kuantitatif dengan teknik non-probability sampling dan pendekatan accidental sampling. Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 96 responden, yaitu konsumen yang membeli di lokasi penelitian. Instrumen analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif kuantitatif, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kesamaan penelitian ini dengan judul skripsi saya, yaitu sama-sama mengkaji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian; jika penelitian sebelumnya berfokus pada pedagang kaki lima di Aceh Tamiang, skripsi Anda berfokus pada konsumen Cafe Prongos di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

⁷ Siti Hardianti. Z et al., “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jajanan Pasar Pedagang Kaki Lima Di Taman Kantor Bupati Aceh Tamiang,” *JIRK: Journal of Innovation Research and Knowledge* 2, no. 5 (2022): 2217–28, <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/3665>.

3. Berdasarkan jurnal karya Muhammad Iffan dan Lia Yulianti (2017) berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada JG Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung”, diterbitkan dalam **JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen**.⁸

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai lokasi, tingkat keputusan pembelian, serta pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan explanatory research, bersifat deskriptif dan verifikatif. Sampel sebanyak 95 responden diambil menggunakan teknik stratified random sampling, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan Excel dan SPSS 15 dengan uji hipotesis melalui uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 43,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Kesamaan penelitian ini dengan judul skripsi saya, terletak pada variabel yang diteliti (lokasi dan keputusan pembelian) serta penggunaan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini fokus pada konsumen JG Motor, sedangkan skripsi Anda meneliti konsumen di Cafe Prongos, serta perbedaan teknik sampling dan tempat penelitian.

⁸ Muhammad Iffan and Lia Yulianti, “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jg Motor Yamaha Cab.Asia Afrika Bandung,” *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen* 7, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.469>.

4. **Berdasarkan jurnal karya Sumarni Saota, Progresif Buulolo dan Samanoi Halowa Fau (2021) berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gumilang Coffee Jl. Taman Sari Kota Pekanbaru”, diterbitkan dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan.⁹**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 orang konsumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 66,3%, sementara sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji t menunjukkan bahwa T hitung (7,466) lebih besar dari T tabel (1,984) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Kesamaan penelitian ini dengan judul skripsi saya, terletak pada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kuliner dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitian, di mana penelitian ini dilakukan di Gumilang Coffee Pekanbaru, sedangkan skripsi Anda berfokus pada Cafe Prongos Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

⁹ Sumarni Saota, Progresif Buulolo, and Samanoi Halowo fau, “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gumilang Coffe Jl. Taman Sari Kota Pekanbaru,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4, no. 2 (2021): 135–42.

5. Berdasarkan skripsi karya Viona Reza Binta Daniella, Nurzainul Ema Hakimah dan Sigit Ratnanto (2023) berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Wage Tulungagung”, Universitas Merdeka Madiun.¹⁰

Penelitian terdahulu yang dilakukan di Pasar Wage Tulungagung bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian tersebut, lokasi dijadikan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen, dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden menggunakan teknik total sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kesamaan penelitian ini dengan skripsi yang penulis susun terletak pada fokus variabel dan pendekatan kuantitatif yang digunakan, sementara perbedaannya terdapat pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada konsumen pasar tradisional, sedangkan skripsi ini meneliti konsumen di Cafe Prongos yang berada di kawasan wisata, dengan karakteristik lingkungan dan perilaku konsumen yang tentu berbeda.

¹⁰ Viona Reza Binta Daniella, Nurzainul Ema Hakimah, and Sigit Ratnanto, “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Wage Tulungagung,” *Simposium Manajemen Dan Bisnis II* 2 (2023): 1492–1501.