

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Dwi Farida Ratna Sari^{a*}, Bina Andri Nurmaning^b

^a Mahasiswa/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

^b Dosen/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 09-07-2024

Revised : 04-08-2024

Accepted : 09-08-2024

Keywords: Location, Product Quality, Purchase Interest

Kata Kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Minat Beli

Corresponding Author:

faridadwi168@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

There are many different types of coffee shop businesses in Tulungagung that exist today, one of the many coffee shop businesses is the Coffee Shop. The more here in the Tulungagung area, the more people open coffee shop businesses. Researchers observe from time to time this type of coffee shop business is increasingly widespread in various corners of Tulungagung Regency both in its development and in terms of its business activists, researchers see opportunities in this coffee shop business can be called promising because the food / drinks provided are foods that are in great demand by consumers, the purpose of this study was to determine the effect of Location and Product Quality on Consumer Repurchase Interests at Luwin Ngujng Bridge 2 Tulungagung Shop, Data collection methods with questionnaires to obtain data on Location X1, Product Quality X2 and Consumer Repurchase Interest Y. The instrument used was in the form of questions with answers that were already available, based on research and discussion, the results of multiple linear regression equations were obtained so that it can be significant that Location has a positive influence on consumer repurchase interest at Luwin Ngujng Bridge 2 Tulungagung Shop. The t-test results for the Location variable are known to be $t_{count} > t_{table}$, which is $5.381 > 1.98472$, with a significant value of $0.000 < 0.05$. So, it is known that there is an influence of Location on consumer repurchase interest. Thus, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted.

ABSTRAK

Ada banyak beragam jenis usaha warung kopi di Tulungagung yang ada pada saat ini, salah satu di antara banyaknya usaha warung kopi itu adalah Kedai kopi. Semakin kesini di kawasan Tulungagung semakin banyak orang-orang yang membuka usaha kedai kopi. Peneliti mengamati dari waktu ke waktu jenis usaha kedai kopi ini semakin marak diberbagai penjuru kabupaten Tulungagung baik dalam

perkembangannya maupun dari segi penggiat usahanya, peneliti melihat peluang dalam usaha kedai kopi ini bisa disebut menjanjikan karena makanan/minuman yang disediakan merupakan makanan yang banyak diminati oleh konsumen, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung, Metode pengumpulan data dengan angket untuk memperoleh data Lokasi X1, Kualitas Produk X2 dan Minat Beli Ulang Konsumen Y. Instrumen yang digunakan berupa pertanyaan dengan jawaban yang sudah tersedia, berdasarkan penelitian dan pembahasan diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sehingga dapat disignifikan bahwa Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang konsumen pada kedai luwin Jembatan Ngujang 2 tulungagung. Hasil uji t untuk variabel Lokasi diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,381 > 1.98472$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga diketahui terdapat pengaruh Lokasi terhadap minat beli ulang konsumen. dengan demikian maka nilai hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima.

PENDAHULUAN

Ada banyak beragam jenis usaha warung kopi di Tulungagung yang ada pada saat ini, salah satu di antara banyaknya usaha warung kopi itu adalah Kedai kopi. Semakin kesini di kawasan Tulungagung semakin banyak orang-orang yang membuka usaha kedai kopi. Peneliti mengamati dari waktu ke waktu jenis usaha kedai kopi ini semakin marak diberbagai penjuru kabupaten Tulungagung baik dalam perkembangannya maupun dari segi penggiat usahanya, peneliti melihat peluang dalam usaha kedai kopi ini bisa disebut menjanjikan karena makanan/minuman yang disediakan merupakan makanan yang banyak diminati oleh konsumen. Jenis usaha kedai kopi ini bisa disebut tidak ada matinya karena akan terus ada inovasi baru didalamnya, usaha ini sangat menguntungkan serta menjanjikan dan dapat mempunyai masa kejayaan yang panjang jika diperhatikan kenyamanan lokasi dan kualitas produknya sehingga keputusan pembelian ulang pada konsumen dapat terus konsisten dalam membeli produk yang ditawarkan.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang pesat banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Akibatnya membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi untuk produsen ini merupakan suatu ancaman karena ketika semakin banyaknya produk barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan yang sering terjadi adalah persaingan di bidang food and beverage.

Peneliti mengungkapkan lokasi dan kualitas produk yang baik dan dapat memuaskan konsumen tentu saja akan mempengaruhi keputusan pembelian ulang pada konsumen. Peneliti mengungkapkan keputusan pembelian konsumen timbul karena produk yang disajikan itu kualitasnya tidak baik dan lokasinya juga kurang memuaskan, jadi untuk mempengaruhi konsumen agar menumbuhkan tingkat keputusan pembelian ulang yang tinggi terhadap produk yang disajikan perlulah kiranya untuk memperbaiki kualitas produk dan juga kenyamanan lokasi supaya membuat keputusan pembelian ulang pada konsumen itu terus meningkat dan konsisten

Kedai luwin merupakan salah satu kedai yang menawarkan wahana pemenuhan masyarakat, kedai yang berada di Desa Bukur Kecamatan sumbergempol Kabupaten Tulungagung ini telah berdiri sejak tahun 2021. Dengan konsep outdoor, arsitektur yang menarik sebagai salah satu upaya dalam memperhatikan nilai estetika dan kenyamanan bagi konsumen, kedai ini memberikan nilai tawar yang dapat dijadikan pilihan bagi konsumen untuk melakukan berbagai aktifitas, mulai dari tempat nongkrong dengan suguhan live music hingga kegiatan rapat, ulang tahun dan sebagainya.

Harga yang ditawarkan oleh kedai kopi Luwin juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya minuman kopi yang menjadi andalan mereka. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik kedai ini. Kedai kopi ini dilengkapi dengan lahan parkir yang luas dan juga nyaman, wifi, serta live music di malam tertentu yang disuguhkan oleh musisi-musisi lokal Tulungagung. Meski banyak bermunculan kedai kopi yang sejenis namun kedai Kopi Luwin tetap bertahan dan memiliki pelanggan setia.

Berbagai macam strategi bisnis perlu diupayakan dalam rangka mempercepat pertumbuhan usaha dan memenangkan persaingan bisnis, apalagi pelaku bisnis yang mempunyai usaha yang sejenis, sangat menuntut agar selalu bergerak lebih cepat untuk hal menarik perhatian konsumen. Para pelaku bisnis dalam bidang ini juga dituntut untuk dapat selalu menggunakan strategi bersaing seperti menciptakan differensiasi yang unik seperti dengan menentukan produk yang disediakan sehingga menciptakan suatu rasa yang berbeda dari pesaing atau dengan cara menyajikan suatu produk itu sendiri agar dapat mempertahankan keunggulan yang bersaing yang berkesinambungan terhadap kedai sejenis serta tetap berkembang dan terus diminati di lingkungannya. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan.

Proses pengambilan keputusan pada semua orang pada dasarnya itu sama, mungkin proses pengambilan suatu keputusan tersebut akan lebih diikuti oleh ciri kepribadian,

usia, minat beli ulang, dan gaya hidupnya. Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Faktor lokasi dan kualitas produk merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli suatu produk. Faktor lokasi mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih kedai kopi yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi (Tjiptono, 2001 dalam Saputro, 2015) meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Selain faktor lokasi, Faktor kualitas produk juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berkaitan dengan pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Dalam menjalankan suatu bisnis, baik bisnis berupa jasa atau barang, Bagi perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman, kualitas pelayanan atau service quality menjadi suatu hal penting. Menurut (Ernawati, 2019:19) kualitas produk termasuk salah satu elemen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan kualitas produk merupakan aspek penting dalam membuat keputusan pembelian maka perusahaan harus berfokus pada kualitas produknya. Perusahaan dinyatakan lebih Berjaya, jika dapat memberikan kualitas produk yang baik.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sebuah kemampuan produk tersebut dalam memberikan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena kualitas produk yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Hal inilah yang menjadi latar belakang bagi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli ulang Konsumen (Studi Kasus di Kedai Luwin Jembatan Ngujung 2)” untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif jenis deskriptif, karena data

penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kolerasional untuk mencari pengaruh dua variabel bebas dengan satu variabel terikat, yaitu pengaruh lokasi (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap minat beli ulang konsumen (Y). Pendekatan penelitian ini adalah penelitian non-eksperimen, artinya data tidak sengaja ditimbulkan dalam artian data sudah ada. Pengambilan data dengan menggunakan angket dan tes. Data dianalisis menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS. Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung. Jumlah Konsumen jika dihitung selama 1 minggu adalah 900 pengunjung, hari pertama 103, hari kedua 150, hari ketiga 145, hari keempat 132, hari kelima 110, hari keenam 125, hari ketujuh 135. Responden dalam penelitian ini diambil 10% menggunakan rumus slovin dengan perolehan 100 dan itu dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Setelah melakukan penelitian dan penyebaran kuesioner. Langkah selanjutnya adalah menyajikannya dalam bentuk tabel berikut ini adalah uraian hasil penelitian dalam kaitannya dengan skor yang diperoleh peneliti dalam kaitannya dengan Lokasi, Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang Konsumen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian-bagian pembahasan ini penulis akan menguraikan hasil analisis data yang diperoleh dengan menggunakan *Statiscal Package for Social Science (SPSS) for windows version 26*. Pembahasan yang dilakukan peneliti meliputi 1) interpretasi hasil penelitian, 2) perbandingan hasil penelitian yang dilakukan dengan teori, dan 3) perbandingan dengan penelitian yang relevan. Berikut ini uraian dari pembahasan.

Interprestasi hasil penelitian

a. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Berdasarkan anlisi data yang diperoleh dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,135 > 1.98472$ dengan begitu bisa disimpulkan bahwa (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi (X_1) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Y) Kedai Luwin jembatan Ngujang 2 Tulungagung.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator Lokasi dari Fandy Tjiptono (dalam Kuswaningsuh, 2016:15) yaitu, Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Kepadatan dan kemacetan, Fasilitas parkir, Ekspansi, Lingkungan, Kompetisi, Peraturan pemerintah. Sedangkan untuk Minat Beli Ulang Konsumen peneliti menggunakan indikator dari Menurut Purnamawati et al (2020) indikator minat beli ulang yaitu Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif, (Tenang et al, 2022) yaitu Kepuasan Kepercayaan pada suatu merek dan Merekomendasikan kepada orang terdekat.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.14 diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ yaitu $Y = 3,758 + 0,350X_1 + 0,596X_2$. dilihat dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa secara parsial hasil penghitungan koefisien X_1 sebesar 0,350 lebih kecil dibandingkan hasil koefisien X_2 sebesar 0,596 dengan konstanta (a) yang besarnya 3,758 dari persamaan tersebut mempunyai arti bahwa jika nilai variabel independent (Lokasi dan Kualitas Produk) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependen (Minat Beli Ulang Konsumen) sebesar 3,758. Jika nilai a sebesar nol (0) dan nilai b_2X_2 sebesar nol (0) maka nilai b_1X_1 sebesar 0,350 jadi setiap penambahan satu satuan variabel X_1 dengan asumsi variabel lain (X_2) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan Bersama Y sebesar 0,3758

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh t_{hitung} sebesar $5,381 > 1.98472$ dengan begitu dapat disimpulkan maka nilai hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hal ini juga dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Produk pada Kedai tersebut maka akan diikuti meningkatnya Minat Beli Ulang Konsumen. Begitupun sebaliknya semakin kurang baiknya Kualitas Produk pada Kedai maka akan diikuti rendahnya Minat beli Ulang Konsumen pada kedai tersebut

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator Menurut Kotler dalam (Dewi & peabowo, 2018) Produk sesuai dengan kepuasan, Memiliki daya tahan lama, Keandalan sesuai dengan kebutuhan, Pembeli mudah mendapatkan produk, Desain sesuai dengan kesukaan. Sedangkan Sedangkan untuk Minat Beli Ulang Konsumen peneliti menggunakan indikator dari Menurut Purnamawati et al (2020) indikator minat beli ulang yaitu Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif, (Tenang et al, 2022) yaitu Kepuasan Kepercayaan pada suatu merek dan Merekomendasikan kepada orang terdekat.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.14 diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ yaitu $Y = 3,758 + 0,350X_1 + 0,596X_2$. Dilihat dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa secara parsial hasil perhitungan koefisien X_1 sebesar 0,350 lebih kecil dibandingkan hasil koefisien X_2 sebesar 0,596 dengan konstanta (a) sebesar 3,758. Dari persamaan tersebut mempunyai arti bahwa jika nilai variabel independent (Lokasi dan Kualitas produk) sebesar 0 (nol) maka nilai variabel dependent (Minat Beli Ulang Konsumen) sebesar 3,758. Jika nilai a sebesar nol (0) dan nilai b_2X_2 sebesar nol (0) maka nilai b_1X_1 sebesar 0,350 jadi setiap penambahan satu satuan variabel X_1 dengan asumsi variabel lain (X_2) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 3,758.

c. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data bahwa $F_{hitung} (18,154) > F_{tabel} (3,938)$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung secara simultan

Indikator yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan indikator Lokasi dari Fandy Tjiptono (dalam Kuswaningsuh, 2016:15) yaitu, Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Kepadatan dan kemacetan, Fasilitas parkir, Ekspansi, Lingkungan, Kompetisi, Peraturan pemerintah. Kualitas Produk dari Kotler dalam (Dewi & peabowo,2018) Produk sesuai dengan kepuasan, Memiliki daya tahan lama, Keandalan sesuai dengan kebutuhan, Pembeli mudah mendapatkan produk, Desain sesuai dengan kesukaan. Dan Minat Beli Ulang Konsumen dari Purnamawati et al (2020) indikator minat beli ulang yaitu Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif, (Tenang et al, 2022) yaitu Kepuasan Kepercayaan pada suatu merek dan Merekomendasikan kepada orang terdekat.

Pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil perhitungan secara simultan besarnya pengaruh kedua variabel bebas (Lokasi dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikatnya yaitu Minat Beli Ulang Konsumen adalah sebesar 0,687 atau sebesar 68,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 31,3% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan X_2 . Sedangkan sisanya 31,3% (100%-68,7%) dipengaruhi oleh factor lain di luar variabel X_1 dan X_2 yang mempengaruhi Minat Beli ulang Konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Lokasi dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung.

Perbandingan Hasil Penelitian Yang Dilakukan Oleh Teori

a. Variabel Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa ada pengaruh dari variabel Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Hasil penelitian ini mendukung teori dari (Kotler & Amstrong 2014), lokasi adalah tempat di mana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Sedangkan menurut (Tengku 2020) penempatan atau lokasi merupakan bagian yang sangat penting.

Dapat disimpulkan saluran distribusi salah satu sekumpulan organisasi yang bekerja sama untuk menjual produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Jadi kesimpulan yang dapat diambil dari penjelasan di atas adalah lokasi adalah tempat yang dipilih oleh suatu perusahaan/pengusaha untuk melakukan segala

aktivitas usaha. Lokasi juga merupakan tempat yang nantinya digunakan oleh konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. saluran distribusi yaitu suatu proses yang dilalui oleh produk dari produsen melalui perantara dan kemudian produk tersebut bisa sampai dan digunakan oleh konsumen.

b. Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Dalam penelitian ini penile menemukan bahwa ada pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Hasil penelitian ini mendukung teori dari (Kotler dan Armstrong 2018:249), "*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*". Artinya kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun layanan yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun layanan tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh dalam menarik konsumen datang dan akan melakukan pembelian ulang, sehingga hal tersebut terjadi terus menerus maka semakin lama Minat Beli Ulang Konsumen terhadap kedai tersebut akan lebih meningkat.

Perbandingan Hasil Penelitian Yang Dijabarkan Dengan Penelitian Yang Relevan

a. Variabel Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa ada pengaruh signifikan pada Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung. Diperoleh dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,135 > 198472$ dengan begitu dapat disimpulkan hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aldi jefri (2019) Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat beli Ulang Konsumen di Desa Surau Muna dengan hasil penelitian Kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen

b. Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa ada pengaruh signifikan dari Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli ulang Konsumen Kedai luwin Jembatan Ngujang 2 tulungagung. Diperoleh dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,381 > 198472$ dengan demikian dapat disimpulkan nilai hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afdhaliana (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Haus Kecamatan Penakkukang Kota Makassar dengan hasil penelitian Kualitas produk berperan positif signifikan kepada kepuasan konsumen di café haus kecamatan

penakkukang kota makassar.

Bagian pembahasan menginterpretasikan makna dari hasil penelitian, baik sesuai dengan harapan atau tidak.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan Uji Hipotesis maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut; 1. Secara parsial pengaruh Lokasi terhadap Minat beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung berdasarkan nilai sig $t < \alpha$ yaitu sebesar, 2. Secara parsial pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung berdasarkan nilai sig $t < \alpha$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar, 3. Secara simultan terdapat pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung dengan nilai $F_{hitung} () > F_{tabel} (3,938)$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternative diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung.

Dari data analisis data menunjukkan hasil paling dominan adalah pada variabel Kualitas Produk (X_2), hasil yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan variabel Lokasi (X_1) yaitu sebesar 0,687 atau sebagai 68,7%, hal ini menunjukkan bahwa 68,7% perubahan variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan X_2 sedangkan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh factor lain di luar variabel X_1 dan X_2 yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut: 1. Bagi Perusahaan. Berdasarkan hasil yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terkait Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen artinya Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung sudah baik dalam memberikan Lokasi dan Kualitas Produk namun Kedai Luwin Jembatan Ngujang 2 Tulungagung lebih memperhatikan Lokasi yang disediakan agar konsumen menjadi lebih nyaman sehingga minat beli ulang konsumen agar tetap terjaga, selain itu lebih ditertibkan lagi konsumen yang parkir didepan pintu masuk kedai agar tidak mengganggu konsumen yang akan datang, 2. Adapun saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang media social dan status social ekonomi adalah; (a) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variabel lain yang sesuai dengan penelitian ini misalnya, Harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lain-lain agar dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi,

(b) Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga peneliti selanjutnya dapat dilaksanakan dengan lebih baik, (c) Penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen sebesar 68,7% hal ini menunjukkan bahwa 68,7% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan X2 sedangkan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh factor lain diluar variabel X2 dan X2 yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen. Oleh karena itu penelitian selanjutnya penelitian yang ada mengungkapkan factor-faktor lain, misalnya kepuasan pelanggan, Minat pelanggan, pembelian impulsif dan Keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Malinda, *PENGARUH LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada Toko Sam Bicycle Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru)*, 2022
- Permatasari, Desy, and Tri Harsini Wahyuningsih, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta', *Journal Stimykpn*, 1.1 (2020), 99–114
- Alfaini, Diana, Ediyanto Ediyanto, and Yudha Praja, 'Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo', *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1.8 (2022), 1559 <<https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2200>>
- Praja, Yudha, 'The Influence of Advertising, Price and Product Quality on Consumer Repurchase Interests of Kapal Coffee in Bondowoso Regency', *Journal of Indonesian Management and Business*, 08.01 (2022), 31–41
- Siti Ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani, 'Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan', *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1.1 (2020), 26
- Jiwandono, Agung, Rois Arifin, and M Hufron, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung)', *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 2019, 105–24 www.fe.unisma.ac.id
- Barkah, and Febiwenesya Forever, 'Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pengguna E-Commerce', 2023, 612–20 <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2023/03/53.pdf>
- Rizal Nur Qudus, Mohamad, and Nita Sri Amelia, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang

- Dava', *International Journal Administration Business and Organization*, 3.2 (2022), 20–31 <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.207>
- Permatasari, Desy, and Tri Harsini Wahyuningsih, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta', *Journal Stimykpn*, 1.1 (2020), 99–114
- Sari, Nadhila, Endang Solichin, M Si, Prodi Pendidikan Ekonomi, Stkip Y P M Bangko, Jl Jend, and others, 'Jurnal Ekopendia: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan e-ISSN: 2656-7210', 6.2, 128–35
- Lestari, Novia Indah, and Heni Iswati, 'The Effect of SMEs Product Quality and Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable', *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6.1 (2021), 24–40 <<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>>
- Saidani, Basrah, and Samsul Arifin, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3.1 (2012), 1–22
- Nafshya Ananda Putri, Made, and I Putu Gde Sukaatmadja, 'Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.11 (2018), 5983 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p07>>
- Rahayu Tri Astuti, Sri, 'ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi Pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 2.3 (2013), 1–11 <<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>>
- Rahmi, Rosita, 'Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction', *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1.2 (2016), 98–103