

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN  
CIANJUR (STUDI KASUS: KONSUMEN YANG ADA DI  
SUKABUMI)**

**SKRIPSI**

**SUMI NURTIS'AH SARI**

**20200080019**



**FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN  
CIANJUR (STUDI KASUS: KONSUMEN YANG ADA DI  
SUKABUMI)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh  
Gelara Sarjana Manajemen*

**SUMI NURTIS'AH SARI**

**20200080019**



**FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA**

**2024**

## PERNYATAAN PENULIS

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cianjur (Studi Kasus: Konsumen Yang Ada Di Sukabumi)**

Nama : Sumi Nurtis'ah Sari

Nim : 20200080019

Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.



Sukabumi, 28 Juli 2024

Sumi Nurtis'ah Sari

Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI


Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cianjur (Studi Kasus: Konsumen Yang Ada Di Sukabumi)**

Nama : Sumi Nurtis'ah Sari


Nim : 20200080019

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 28 Juli 2024 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 28 Juli 2024

<p>Pembimbing I</p>  <u>Umar Mansur, M.M.</u> NIDN: 0402056302		<p>Pembimbing II</p>  <u>Bonse Aris Mandala S, M.M.</u> NIDN: 0405119301
---	---	---

Ketua Penguji

  
Dr. Ir. Dana Budiman, M.Si  
NIDN. 8945420021

Ketua Program Studi

  
Ana Yuliana Jasuni, M.M  
NIDN: 0414079101

Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H.  
NIDN. 0414058705

## HALAMAN PERUNTUKAN

*Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri yang telah berjuang dan berusaha melakukan yang terbaik. Terima kasih atas kesabaran, ketekunan, dan semangat untuk terus belajar dan berkembang. Mari tetap berjuang untuk perjalanan selanjutnya.*

*Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada mamah, serta keluarga yang telah memberikan doa restu, kasih sayang, dan dukungan selama perjalanan saya menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.*

*Terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan ceria dalam setiap perjuangan, terima kasih atas kebersamaan dan persahabatan yang menyenangkan. Semoga kita tetap dapat berjalan beriringan dalam perjalanan ke depan.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cianjur (Studi Kasus: Konsumen yang ada di Sukabumi) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi sebagai variabel independen serta Keputusan sebagai variabel dependen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berkunjung ke Mie Gacoan Cianjur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan asosiatif kausal dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan sebanyak 100 konsumen sebagai responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menghasilkan sampel 80. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis linier Berganda dan Uji Hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS Versi 25. Hasil Penelitian menunjukkan Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh positif terhadap Variabel Y.

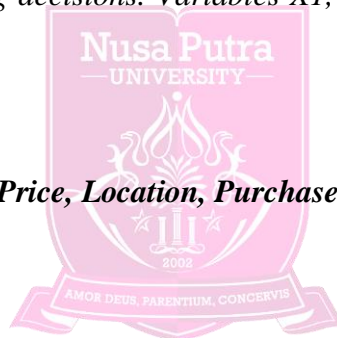
**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the Effect of Service Quality, Price and Location on Purchasing Decisions of Mie Gacoan Cianjur (Case Study: Gen Z in Sukabumi) The Variables used in this study are Service Quality, Price and Location as independent Variables and Decision as the dependent Variable.*

*The population used in this study are consumers who visit Mie Gacoan Cianjur. The type of research used is descriptive and causal associative with quantitative methods. The population used was 100 consumers as respondents using purposive sampling technique with a sample size of 80. Data analysis in this study used Instrument test, Classical Assumption Test, Multiple linear analysis and Hypothesis Test using IBM SPSS Version 25. The results showed that the Service Quality Variable (X1) had a positive effect on Purchasing Decisions. The Price Variable (X2) has an effect on Purchasing Decisions and the Location variable (X3) has a positive effect on purchasing decisions. Variables X1, X2 and X3 have a positive effect on Variable Y.*

**Keywords: Service Quality, Price, Location, Purchase Decision.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kompetensi Calon Tenaga Kerja di Balai Latihan Kerja Kabupaten Sukabumi”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Umar Mansur, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Bapak Bonse Aris Mandala S, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Ir. Dana Budiman, M.Si selaku dosen penguji yang telah berkenan menguji hasil penelitian dari penulis, dan memberikan hal-hal terbaik bagi penulis baik kritik, saran, dan masukan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.
8. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya



dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Nusa Putra Sukabumi.

9. Kedua orang tua saya Bapak Komarudin (Alm) dan Ibu Lilis yang selalu mendukung, memberikan kasih sayang, semangat, serta untaian doa-doa sehingga saya merasa terdorong untuk meraih cita-cita, dan juga menjadi alasan saya disetiap harinya untuk selalu berusaha membahagiakan mereka.
10. Seluruh teman-teman kelas MN20C terima kasih atas dukungan serta semangat yang diberikan.
11. Semua pihak yang tidak disebutkan satu-persatu, terima kasih untuk semangat dan bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan mendukung guna menyempurnakan skripsi ini.



Sukabumi, 28 Juli 2024

Sumi Nurtis'ah Sari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sumi Nurtis'ah Sari

NIM 20200080019

Program Studi : MANAJEMEN

Jenis karya : Tugas Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CIANJUR  
(STUDI KASUS: KONSUMEN YANG ADA DI SUKABUMI)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 28 Juli 2024

Yang menyatakan

(Sumi Nurtis'ah Sari)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERUNTUKAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
11.1 Latar Belakang.....	1
11.2 Batasan masalah .....	7
11.3 Rumusan masalah.....	7
11.4 Tujuan penelitian .....	7
11.5 Manfaat penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.3 Harga.....	10
2.1.4 Lokasi.....	11
2.2 Penelitian Terkait.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran .....	17
2.4 Hipotesis Penelitian .....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian .....	20
3.3 Waktu Penelitian.....	20
3.4 Paradigma Penelitian .....	21
3.5 Variabel Penelitian Dan Operasional Variabel.....	22
3.6 Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.6.1 Populasi.....	25
3.6.2 Sampel .....	25
3.6.3 Sumber Data.....	26
3.6.4 Instrumen Penelitian .....	25
a. Observasi.....	27
b. Wawancara.....	27
c. Kuesioner .....	28
3.6.5 Teknik Analisa Data .....	28
3.6.5.1 Uji Instrumen .....	29
a. Uji Validitas .....	29
b. Uji Reliabilitas .....	29
3.6.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
a. Uji Normalitas Data .....	30
b. Uji Multikolinieritas.....	30
c. Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.6.5.3 Uji Hipotesis .....	31
a. Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
b. Uji t (Uji Parsial).....	31
c. Uji f (Uji Simultan) .....	31
d. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinan).....	32

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Responden.....	33
4.2 Hasil Penelitian .....	34
4.2.1 Uji Instrumen .....	34

a. Uji Validitas .....	34
------------------------	----

b. Uji Reliabilitas .....	36
<b>4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>36</b>
a. Uji Normalitas.....	36
b. Uji Multikolinieritas.....	38
c. Uji Heteroskedastisitas.....	38
<b>4.2.3 Uji Hipotesis (Uji Verifikatif).....</b>	<b>40</b>
a. Uji Regresi Linear Berganda .....	40
b. Uji t.....	41
c. Uji F.....	42
d. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	43
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>46</b>
<b>4.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....</b>	<b>46</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>48</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>48</b>
<b>5.3 Penutup .....</b>	<b>48</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait .....	12
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	20
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	23
Tabel 3.2 Indikator Penelitian .....	25
Tabel 3.3 Poin Skala Likert .....	27
Tabel 3.3 Poin Skala Likert .....	30
Tabel 3.4 Kriteria Uji Reabilitas .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik responden .....	33
Tabel 4.2 Uji Validitas .....	35
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.4 Uji Normalitas .....	37
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas .....	38
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas .....	39
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda .....	40
Tabel 4.8 Uji t (Parsial) Variabel Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel 4.9 Uji t (Parsial) Variabel Harga .....	41
Tabel 4.10 Uji t (Parsial) Variabel Lokasi .....	42
Tabel 4.11 Uji F (Simultan) .....	43
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Di Jawa Barat .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Kab. Sukabumi .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	18
Gambar 3.1 Paradigma Penelitian .....	22
Gambar 4.1 Uji Normalita Grafik P-P Plaoit .....	37
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	39



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

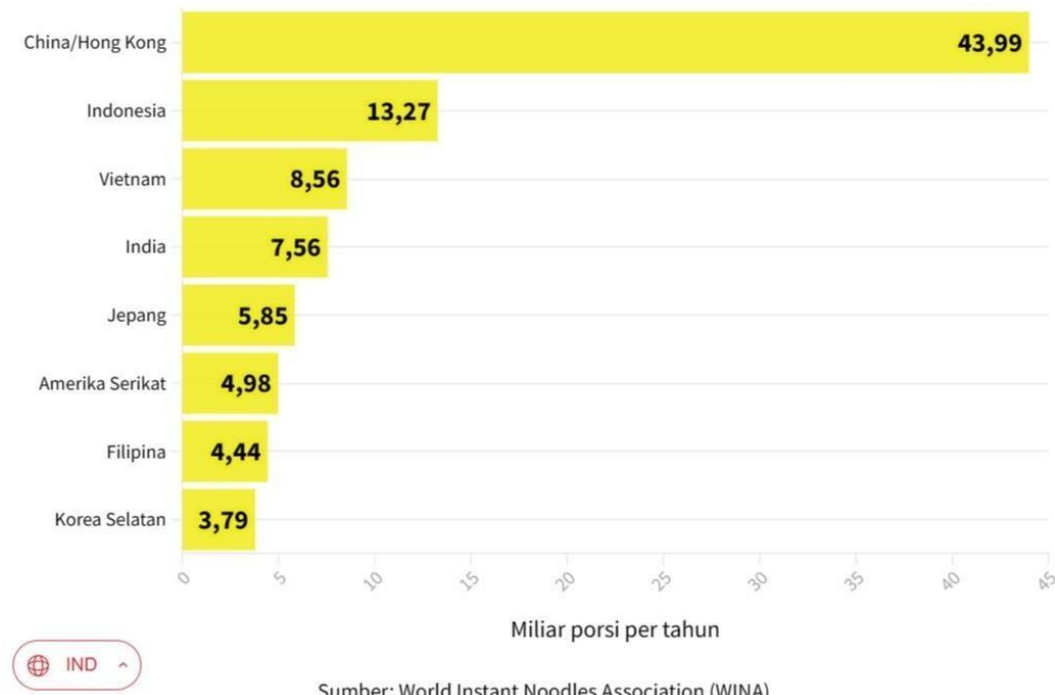
Dengan perkembangan bisnis yang cepat di Indonesia saat ini, semua bisnis harus meningkatkan kinerja bisnis mereka untuk bersaing dengan para pesaing. Bisnis makanan merupakan yang berkembang pesat dalam persaingan saat ini. Makanan adalah salah satu bisnis yang paling disukai oleh masyarakat karena selain menghasilkan keuntungan besar, makanan juga merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh semua orang. Ini terbukti oleh meningkatnya jumlah restoran dan warung yang ada di setiap daerah, termasuk di Kabupaten cianjur. Bisnis makanan yang berkembang membuat para bisnis bersaing ketat dengan berbagai jenis persaingan, termasuk kualita pelayanan, harga, dan lokasi.

Salah satu jenis makanan yang berkembang pesat saat ini adalah makanan pedas. Masyarakat Indonesia, terutama remaja, sangat menyukai makanan pedas. Oleh karena itu, dengan banyaknya bisnis makanan pedas membuat produk hampir sama. Membuat strategi yang baik dan tepat untuk menarik pelanggan dengan memilih produk mereka daripada produk pesaing. Bagi para pelaku usaha, khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan kepuasan atas pelayanan menjadi kunci keberhasilan suatu usaha di tengah persaingan yang semakin ketat ini. Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan tentang layanan yang mereka terima (Nuraini & Novita Ningtyas, 2022). Selain itu harga juga memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen, harga yang murah dan seringnya penawaran khusus juga merupakan faktor yang menarik bagi para konsumen (Valentine et al., 2024). Selain itu, bagi para pelaku usaha juga harus memperhatikan lokasi ketika akan mendirikan sebuah usaha, karena bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah cara produsen mengirimkan barang dan jasa ke konsumen (Nur Indahsari & Roni, 2022a).

Di Indonesia Makanan mie sangat populer karena rasanya yang lezat, murah, dan mudah ditemukan. Hal ini membuat Indonesia menjadi negara terbesar



kedua di dunia dalam konsumsi mi instan berdasarkan data yang dikumpulkan oleh World Instant Noodles Association (WINA) pada 13 Mei 2022 (Monavia Ayu Rizaty, 2022).

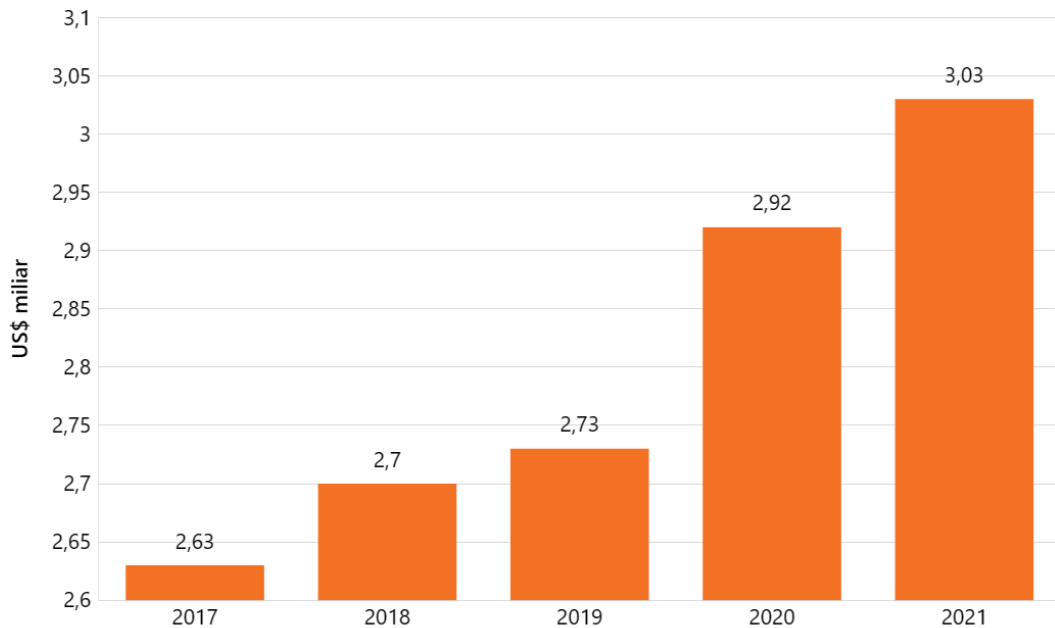


Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi., 2023

**Gambar 1.1 Diagram Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbanyak (2021)**

Berdasarkan diagram 1.1 Konsumsi mi instan Indonesia pada tahun 2021 sebesar 13,27 miliar porsi, naik 5,05% dari 12,64 miliar porsi pada tahun sebelumnya. Dengan urutan pertama oleh China / Hongkong sebesar 43,99 miliar porsi pada 2021. Vietnam menempati posisi ketiga dengan 8,56 miliar porsi mie instan, diikuti oleh India dengan 7,56 miliar porsi, dan Jepang dengan 5,85 miliar porsi. Meskipun demikian, dilaporkan bahwa orang Amerika mengonsumsi 4,98 miliar porsi mie instan. Dengan 4,44 miliar porsi mie instan, Filipina adalah negara yang paling banyak mengonsumsi mie instan. Dengan konsumsi 3,79 miliar porsi mie instan, Korea Selatan berada di urutan kedelapan.

Menurut data Euromonitor (Pahlevi Reza, 2022), Penjualan mi instan di Indonesia juga tercatat meningkat secara konsisten dalam lima tahun terakhir.



**Sumber:**  
Euromonitor International

**Informasi Lain:**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi., 2023

**Gambar 1.2 Diagram Nilai Penjualan Mi Instan di Indonesia (2017-2021)**

Berdasarkan diagram 1.2 di atas penjualan Mi Instan pada tahun 2017 sebesar US\$2,63 miliar. Kemudian meningkat menjadi US\$2,7 miliar pada 2018, US\$2,7 miliar pada 2019, dan US\$2,73 miliar pada 2020. Nilai penjualan diperkirakan akan terus meningkat 15% sampai 2021 menjadi US\$3,03 miliar. Namun, harga gandum melonjak di kuartal pertama tahun 2022 karena konflik militer antara dua eksportir gandum utama dunia, Rusia dan Ukraina.

Mie juga dapat dianggap sebagai salah satu komoditi makanan substitusi karena dapat digunakan sebagai bahan utama untuk menggantikan makanan pokok. Akan sangat mudah untuk menemukan berbagai jenis mie di pasar. Konsumen sering mempertanyakan spesifikasi dan perbedaan dari setiap produk mie karena banyaknya jenis mie dan keanekaragamannya yang luas. Berbicara tentang mie pasti tidak asing bagi banyak orang; bahkan dalam kehidupan sehari-hari, mie dan produk sejenisnya disebut dengan berbagai nama, seperti sohun, mie bihun, mie instan, mie telur, mie basah, dan sebagainya. Sederhananya, berbagai jenis mie ini dapat dikelompokkan berdasarkan bahan baku yang digunakan untuk membuatnya: mie terigu atau mie non terigu (Purbowo et al., 2024).

Mie Gacoan adalah merek dagang yang berasal dari jaringan restoran mie pedas nomor satu di Indonesia, yang merupakan anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi, Harris Kristanto adalah pengusaha muda berpendidikan ekonomi dan bisnis yang memulai Mie Gacoan di Malang bersama tiga rekannya. Bisnis mie pedas ini tidak diduga sukses dan berkembang dengan cabang di banyak kota. Untuk meningkatkan bisnisnya, Harris Kristanto juga bekerja sama dengan layanan pengiriman makanan seperti GrabFood, GoFood, dan Shopee Food. Strategi bisnis yang dia pilih ternyata berhasil. Strategi bisnis ini memiliki kemampuan untuk meningkatkan keuntungan Mie Gacoan sebesar empat puluh hingga lima puluh persen. Saat ini, Mie Gacoan memiliki banyak cabang dari 20 wilayah Jawa dan Bali. Harris dan ketiga rekannya berhasil mempekerjakan lebih dari 3.000 orang, dan mereka berencana untuk menambah 5.000 orang dan membuka 100 toko di seluruh Indonesia pada tahun 2022.

Kesuksesan dan melejitnya popularitas Mie Gacoan hingga memiliki puluhan cabang di beberapa kota tentu tak luput dari strategi marketing yang diterapkan Harris Kristanto dan rekan-rekannya. Beberapa strategi bisnisnya yang pertama yaitu Harga yang Terjangkau, Mie Gacoan adalah merek mie pedas yang terkenal yang menawarkan berbagai varian mi dengan harga yang relatif murah. Satu porsi Mie Gacoan hanya berkisar antara 10 dan 20 ribu rupiah. Tak mengherankan, mi pedas ini sangat diminati. Yang kedua, dengan mengiklankan dirinya sebagai "Mie Pedas No.1" di Indonesia, Mie Gacoan menggunakan strategi branding yang efektif untuk memenuhi target pasarnya. Dengan menawarkan kualitas rasa yang terjamin, layanan yang baik, dan harga yang terjangkau, perusahaan melabeli dirinya sebagai "Mie Pedas No.1" di pasar Indonesia. Karena penasaran dan keinginan untuk mencoba, strategi ini mendorong banyak orang untuk membeli Mie Gacoan. Yang terakhir yaitu Kedai yang Nyaman, faktor lain yang membuat Mie Gacoan sangat diminati oleh pecinta kuliner pedas dari berbagai negara adalah lokasi yang nyaman. Kenyamanan yang ditawarkan oleh kedai pasti menjadi daya tarik

tersendiri bagi pelanggan. Outlet Mie Gacoan dirancang untuk menjadi tempat yang nyaman untuk berbicara dan bersantai. Selain itu, ada wifi dan colokan

listrik, jadi Anda bisa mengerjakan tugas Anda. Ini adalah alasan mengapa Mie Gacoan sangat populer di kalangan siswa.

Saat ini, merk "Mie Gacoan", yang didirikan pada tahun 2016, telah menjadi pemimpin pasar di beberapa wilayah, terutama di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kepulauan Bali, dan sedang dalam proses menjadi merek terbesar nomor satu di seluruh negeri. Mengusung gagasan bersantap kontemporer dengan harga terjangkau. Kehadiran "Mie Gacoan" sangat diterima di setiap pasar, menghasilkan puluhan ribu pelanggan setiap bulan.

Di Jawa Barat khususnya kabupaten Cianjur terdapat cabang Mie Gacoan yang terletak di Jalan Suroso, Kelurahan Solokpandan. Cabang ini resmi dibuka pada Jumat, 26 Mei 2024. Antusiasme masyarakat untuk menikmati mie dan berbagai makanan lain terus meningkat setelah outlet Mie Gacoan di Cianjur beroperasi. Mie Gacoan telah menjadi kuliner viral di Cianjur dan menarik banyak pengunjung setiap harinya. Sebagian besar orang di Cianjur penasaran dengan kuliner ini. Tak hanya pengunjung pribumi saja bahkan pengunjung dari luar daerah pun sering kesana khususnya pengunjung dari Sukabumi. Dengan menggunakan transportasi kereta yang harganya terjangkau banyak sekali pengunjung dari Sukabumi yang penasaran dan berbondong-bondong untuk pergi kesana.

Program pemasaran adalah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen saat membuat keputusan pembelian, ini menentukan apakah mereka akan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan apa yang ditawarkan oleh pemasar. Keputusan pembelian juga merupakan proses integratif di mana pengetahuan dikumpulkan untuk mempertimbangkan dua atau lebih sikap dan memilih salah satunya (Kotler 2012) dalam (Nuraini & Novita Ningtyas, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli mie gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta (Nur Indahsari & Roni, 2022) sedangkan pada penelitian Firda Nuraini Ivo Novitaningtyas (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga mempengaruhi ketika seseorang memutuskan untuk membeli sesuatu.

Menurut Laili Nur Indah sari, MayRoni, (2022) kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk membeli di kedai kopi BE Kalirejo, hal ini sama dengan penelitian Arlisa et al., (

2024) dimana pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0. Akan tetapi pada penelitian (Valentine et al., 2024b) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Mie Gacoan Tegal.

Menurut penelitian Anissah Balqis Anggraini dan Saino (2022) lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan. Sedangkan menurut penelitian (Cynthia Debby et al., 2022) secara simultan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Studi ini dapat menambah literatur penting tentang perilaku konsumen dan manajemen pemasaran. Dengan menganalisis variabel seperti kualitas pelayanan, harga, dan lokasi, penelitian ini dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana variabel ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen modern terdiri dari generasi Z, yang merupakan kelompok demografis yang signifikan. Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang bermanfaat tentang preferensi konsumen dan elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian ini dapat membantu pemilik usaha atau manajer merek Mie Gacoan Cianjur dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Misalnya, dengan mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, mereka dapat memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan lokasi outlet, atau mengubah strategi harga. Studi ini dapat mengisi celah pengetahuan dengan mempelajari lebih lanjut tentang hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dalam konteks produk makanan tertentu seperti Mie Gacoan.

Berdasarkan latar belakang di atas bisa disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki hipotesis yang berbeda-beda terhadap keputusan pembelian. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti setiap variabel apakah berpengaruh atau tidaknya terhadap gen Z dimana mereka sering mengikuti arus tren yang sedang viral. Maka peneliti mengambil Judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cianjur (Studi kasus : Konsumen yang ada di Sukabumi)" judul ini dipilih karena relevansi topik dengan tren konsumen saat ini, potensi kontribusi akademik yang signifikan, serta manfaat praktisnya bagi industri makanan cepat saji lokal.

## 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti akan fokus pada variabel Kualitas Pelayanan, harga, dan Lokasi dalam keputusan pembelian Mie Gacoan Cianjur
2. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mie Gacoan Cianjur  
Subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen Mie Gacoan yang di kabupaten Sukabumi.

## 1.3 Rumusan Masalah Riset

Berdasarkan Permasalahan diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur?
- b. Apakah harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur?
- c. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur?
- d. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur?

## 1.4 Tujuan Riset

Berdasarkan permasalahan yang diajukan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur.
- b. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur.
- c. Mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur.
- d. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak-pihak terkait, seperti:

a. Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya tentang hal-hal yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan, harga, dan Lokasi. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu mengembangkan pengetahuan tentang strategi pemasaran. Khususnya, penelitian ini akan membahas bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan cabang Cianjur (Studi Kasus mahasiswa Nusa Putra Sukabumi). Para peneliti yang melakukan penelitian serupa dapat menggunakan temuan ini sebagai referensi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Dalam hasil penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian variabel Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian
- 2) Hasil Penelitian Variabel Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian
- 3) Hasil Penelitian Variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian
- 4) Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Mie Gacoan Cianjur.

#### **1.2 Saran**

- 1) Diharapkan Mie Gacoan Cianjur dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawannya.
- 2) Diharapkan Mie Gacoan Cianjur dapat meningkatkan harga dan fasilitas untuk membuat pelanggan lebih sering berbelanja di sana.
- 3) Menjaga kebersihan tempat agar konsumen merasa nyaman.

#### **1.3 Penutup**

Puji Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kelemahan, baik dari segi penulisan maupun substansi yang terkandung di dalamnya.

Selama proses penelitian dan penulisan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, dukungan, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan skripsi



ini. Terima kasih khususnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran yang sangat berharga. Penulis menyadari bahwa masih banyak hal yang perlu diperbaiki dan dikembangkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik konstruktif dari para pembaca untuk meningkatkan kualitas penulisan di masa mendatang.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun bagi pembaca secara umum. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan inspirasi dan manfaat untuk penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap agar Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua dalam setiap langkah dan usaha yang kita lakukan. Amin.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alfia Febriatu Sholikhah, & Hadita. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR. JURNAL ECONOMIA, Volume 2, Nomor 2, 693–708. [http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preferrence-](http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preferrence-than-anything-) than-anything- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). In JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen (Vol. 1, Issue 3). [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- Arlisa, Sultan, Mulawarman, & Adi. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Industri Kuliner Kapurung Kota Belopa). <https://jurnal.stiemksmaju.ac.id/JAMR/index>
- Aryandi, J. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU.
- Balqis Anggraini, A., Tata Niaga, P., & Ekonomika Dan Bisnis, F. (2022). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).
- Cynthia Debby, Hermawan Haris, & Ahmad Izzunudin. (2022). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Jurnal Manajemen
- Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik, e IX Nomor 1, 104–112.
- Endah Marendah Ratnaningtyas, Ramli, Syafruddin, Edi Saputra, Desi Suliwati, Bekty Taufiq Ari Nugroho, Karimuddin, Muhammad Habibullah Aminy, Nanda Saputra, Khaidir, & Adi Susilo Jahja. (2024). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 978-

623- 8065-30–1.

Hidayat Anwar. (2014). Uji F dan Uji T. Statistikian.

Institut, A. P., Islam, A., Laa, N., Bogor, R., Institut, D. J., Prasetyo, A., & Islam, I. A. (2019).

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. 2(2), 150. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>

Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND LOCATION ON CONSUMER BUYING DECISION AT INDOMARET POINT KAWASAN MEGAMAS DURING THE COVID-19 PANDEMIC. *Jurnal EMBA*, 9(4), 702– 711.

Lamindo Karo Karo Josua, & Navanti Dovina. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Pt. Bumi Agung Perkasa Indah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, Vol.2, No.2, 578–588.

Manoy, T. I., & Mananeke, L. (2021). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY TOWARD PURCHASE DECISIONS AT CV. AKE MAUMBI. In J.J.

Rotinsulu 314 *Jurnal EMBA* (Vol. 9).

Monavia Ayu Rizaty. (2022). Konsumsi Mi Instan Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada 2021.

Dataindonesia.Id.

Noor Fatimah, H., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(01), 106–113.

Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>

Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 51–60.

<https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>

Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022c). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 51–60.

<https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>

Nuraini, F., & Novita Ningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang (Vol. 3, Issue 2).

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2024). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Nurlia, L. (2020). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGUNJUNG DI MINIMARKET MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 2(3), 1–12.

Nurtis'ah Sari, S., & Lutfiani, M. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIXUE CISAAT.

Pahlevi Reza. (2022, July 14). Penjualan Mi Instan Terus Meningkat dalam 5 Tahun Terakhir.

Databoks.

Purbowo, F., Azulfa, K. R., Al Hasan, N., & Masruroh, S. R. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan di. In *Jombang. Agrimics Journal* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.sativapublishing.org/index.php/aj/>

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *Jurnal Manajemen*, 6(1). <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

Susanto, H. (2024). E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MURAH DI SAMPIT. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–10.

- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Wahana, A. N., & Sholeha, A. (2024a). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. 3(4), 425–443. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i2.1309>
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Wahana, A. N., & Sholeha, A. (2024b). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. 3(4), 425–443. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i2.1309>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati).
- SEIKO : Journal of Management & Business, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Mie Gacoan Kisah Sukses Mie Gacoan, Pamornya Tak Turun Bertahun-tahun (idxchannel.com).

