

Pengaruh Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Jiwa Raga Kitchenette Padang

Resy Putri Utami , Nidia Wulansari

Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis: nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstract. *The culinary business is currently one of the most promising business opportunities. However, behind the success of the business there are certainly factors that influence consumers, such as strategic location and lifestyle that is appropriate at this time. This study aims to describe and analyze the influence or impact obtained from location and lifestyle on purchasing decisions at Jiwa Raga Kitchenette Padang Restaurant. This type of research is quantitative with an associative method in the form of a causal relationship. The study population consisted of consumers who visited Jiwa Raga Kitchenette Restaurant with a research sample of 160 samples and the sample was collected by applying purposive sampling technique. The data collection technique used was the distribution of questionnaires to consumers of Jiwa Raga Kitchenette Restaurant. The questionnaire was prepared using a Likert scale and had been tested for validity with the help of SPSS 23.00. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis methods, using prerequisite analysis tests, namely normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. In testing this hypothesis, partial statistical test (t test) and simultaneous statistical test (F test) were used with significance level $\alpha = 0.05$ (5%). The results of the research data analysis indicate that the independent variables, namely location (X1) and lifestyle (X2), have a positive and significant influence on the dependent variable, namely the purchase decision (Y). The results of the hypothesis test indicate that the location variable has a significantly positive impact on purchasing decisions, as well as the lifestyle variable on purchasing decisions. Overall, the simultaneous test results indicate that both variables, location (X1) and lifestyle (X2), have a positive and significant effect on the purchasing decision variable (Y).*

Keywords: *Purchasing Decisions, Location, Lifestyle*

Abstrak. *Bisnis kuliner saat ini menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Akan tetapi, di balik kesuksesan usaha tersebut pastinya ada faktor-faktor yang memengaruhi konsumen, seperti lokasi yang strategis dan gaya hidup yang sesuai pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh atau dampak yang diperoleh dari lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Restoran Jiwa Raga Kitchenette Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif yang berbentuk hubungan sebab akibat. Populasi penelitian terdiri dari konsumen yang berkunjung ke Restoran Jiwa Raga Kitchenette dengan sampel penelitian sebanyak 160 sampel dan sampel dikumpulkan dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner kepada konsumen Restoran Jiwa Raga Kitchenette. Kuesioner disusun menggunakan skala *likert* dan telah diuji validitasnya dengan bantuan SPSS 23.00. Data penelitian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji prasyarat analisis, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Dalam pengujian hipotesis ini, uji statistik parsial (uji t) dan uji statistik simultan (uji F) digunakan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%). Hasil analisis data penelitian mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu lokasi (X1) dan gaya hidup (X2), memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yakni keputusan pembelian (Y). Hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa variabel lokasi memiliki dampak positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu juga dengan variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Secara keseluruhan, hasil pengujian simultan mengindikasikan bahwa kedua variabel, lokasi (X1) dan gaya hidup (X2), berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).*

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Lokasi, Gaya Hidup.

LATAR BELAKANG

Bisnis kuliner saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Salah satu bisnis kuliner dengan banyak peminat saat ini adalah restoran. *Trend* nongkrong di restoran didukung dengan banyaknya restoran berkembang yang hadir khususnya di kota Padang. Restoran adalah sebuah tempat yang dijalankan secara komersial dengan adanya pelayanan yang baik untuk seluruh

konsumennya, berupa layanan makanan atau minuman (kuliner) yang disajikan dengan mewah (Marsum, 2018).

Keputusan pembelian menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen ketika mempertimbangkan atau menentukan untuk membeli suatu produk yang diminati. Diketahui adanya faktor yang menyebabkan pembeli atau konsumen untuk membeli produk yang diminatinya, yaitu (1) faktor budaya yang berkaitan dengan keagamaan, suku, kelompok, dan wilayah geografis, (2) faktor lingkungan masyarakat yang mana seperti hubungan individu dengan kelompoknya, keluarganya, serta status dan perannya dalam hubungan sosial, (3) faktor pribadi, yaitu usianya, pekerjaannya, dan perekonomoninya, gaya hidup dan kepribadiannya, juga (4) faktor psikologis yang berkaitan dengan semangat, cara berpikir, wawasan, keyakinan dan sikap (Wulansari dkk., 2021; Kotler & Armstrong, 2018).

Lokasi yang strategis menjadi aspek penting dalam sebuah usaha bisnis. Pernyataan tersebut relevan atas hasil penelitian yang menjelaskan bahwasanya salah satu penyebab yang memengaruhi konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk (Arif, 2018). Lokasi adalah tempat di mana suatu perusahaan yang dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan aktivitas atau berbelanja (Sumarwan, 2015).

Populernya gaya hidup *nongkrong* di restoran saat ini menyebabkan masyarakat menjadikan restoran tempat untuk bersantai, bertukar pikiran, bekerja atau mengerjakan tugas, rapat, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. Oleh karena itu, banyak anak muda yang beraktivitas di restoran terkhusus yang menjadi target Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* adalah generasi Z. Generasi Z yaitu generasi kelahiran tahun 1995-2010. (Francis & Hoefel, 2018).

Hasil pengamatan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* adalah anak muda usia SMA dan kuliah serta pekerja. Generasi Z masih mengedepankan hubungan komunikasi tatap muka saat melakukan aktivitasnya. Generasi Z adalah generasi yang sejak kecil hidupnya berdampingan dengan teknologi dan internet (Noordiono, 2016).

Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* ini memiliki fasilitas seperti *working area*, toilet, mushola, dan *live music* yang tersedia pada hari jumat sampai dengan minggu pukul 18.00 sampai 21.00 WIB setiap minggunya. Khusus Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* beroperasi setiap hari Minggu sampai dengan Jumat jam 11.00 sampai 21.00 WIB. khususnya pada hari Sabtu Jiwa Raga *Kitchenette* buka pukul 11.00 sampai 22.00 WIB.

Seiring dengan banyaknya restoran yang berkembang di kota Padang salah satunya adalah restoran Jiwa Raga *Kitchenette* yang memiliki permasalahan yaitu meliputi ulasan negatif dari konsumen terkait lokasi parkir yang tidak memadai, penurunan jumlah

pengunjung, serta kurang menariknya eksterior bangunan restoran yang disebabkan oleh papan *brand* yang kurang mencolok. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan dalam hal fasilitas, promosi, dan peningkatan daya tarik eksterior untuk meningkatkan kunjungan konsumen sehingga konsumen dapat melakukan suatu keputusan pembelian.

Tabel 1. Daftar Nama Restoran di Jl. Veteran Kota Padang

No	Restoran di Kota Padang	Alamat
1.	Jiwa Raga <i>Kitchenette</i>	Jl. Veteran No. 15 Padang
2.	Bebek Ria Restoran	Jl. Veteran No. 100 Padang
3.	Ayam Bang Jali	Jl. Veteran No. 92 B Padang
4.	KFC Veteran	Jl. Veteran No. 7 B Padang

Sumber : Olahan Data Pribadi (2023)

Dapat dilihat pada Tabel 1 merupakan daftar nama-nama restoran yang ada di Jalan Veteran Kota Padang. lokasi ini berdekatan dengan Restoran Jiwa Raga *Kitchenette*. Dari keempat restoran tersebut tentunya mempunyai daya tarik tersendiri untuk membuat calon konsumen berkunjung, artinya kawasan ini menjadi salah satu pusat kuliner, dan setiap restoran memiliki target pasar tersendiri, untuk Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* pasarnya adalah anak muda dan pekerja kantoran yang ada disekitar Restoran Jiwa Raga tersebut.

Penelitian ini mengacu pada tiga penelitian terdahulu yang relevan, yaitu: (1) penelitian yang dilakukan oleh Luthfianto (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan dan gaya hidup secara parsial dan simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan yang disebabkan oleh harga, lokasi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Great Residence, dan (3) penelitian yang dilakukan oleh Triadi dkk. (2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh simultan yang disebabkan oleh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian *handphone*.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dijelaskan, peneliti berminat meneliti pengaruh dari lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Jiwa Raga *Kitchennete* Padang.

Tujuan Penelitian

Megacu pada permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* memiliki beberapa permasalahan mengenai lokasi dan gaya hidup pengunjung atau konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dirancang untuk memahami dampak lokasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang.

KAJIAN TEORITIS

Keputusan Pembelian

Salah satu strategi yang tepat diterapkan untuk menyelesaikan persoalan pada kegiatan transaksi sebuah barang atau jasa dalam pemenuhan keperluan hidup terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian terhadap kegiatan pembelian produk dan tingkah laku sesudah pembelian. Hal ini disebut sebagai keputusan pembelian. (Swastha, Basu, 2014).

Lokasi

Lokasi merupakan berbagai upaya yang dilakukan oleh suatu pebisnis agar produk dapat dijual dengan harga yang kompetitif dan sesuai dengan sasaran pasar. Bagian ini erat ikatannya dengan upaya yang tepat dilakukan untuk proses distribusi produk ke lokasi yang strategis. (Kotler & Armstrong, 2018).

Gaya Hidup

Setiap orang memiliki gaya hidup tersendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Gaya hidup adalah sebuah aktivitas yang dilakukan seseorang untuk memanfaatkan waktunya, menyukai suatu hal, dan caranya memberikan pendapat terhadap suatu hal (Sutisna, 2017). Pola hidup individu yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan sudut pandang subjektifnya di dalam kehidupan merupakan definisi dari gaya hidup.

Restoran

Restoran adalah tempat yang identik di mana meja-mejanya disusun dengan rapi, adanya aroma semerbak yang berasal dari dapur, dan dilayani oleh pramusaji, serta adanya suara gelas-gelas kaca yang bersentuhan (Sinaga, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat dikategorikan pada jenis penelitian kuantitatif metode asosiatif bentuk hubungan kausal. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. Menurut data yang didapat bulan Januari sampai Juni 2023 jumlah konsumen sebanyak 39.681 orang. Untuk total populasi penelitian ini ditentukan dengan cara total jumlah pengunjung dibagi total jumlah bulan, jadi diperoleh sebanyak 6.614 orang yang menjadi populasi penelitian. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* dengan standar yang ditetapkan, seperti konsumen yang berusia >13-28 tahun berdasarkan rentang usia dari generasi Z yang pernah dan sedang melakukan pembelian di Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. Perhitungan sampel menggunakan rumus Hair, yang mana sampel dihitung berdasarkan jumlah

indikator dan dikalikan 10. Indikator yang ada berjumlah 16, berarti diperoleh sampel sebanyak 160 orang.

Metode pengambilan data pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner atau angket kepada konsumen kemudian mengolahnya dengan menggunakan SPSS 23. Penelitian ini menerapkan teknik analisis berdasarkan Tingkat Capaian Responden (TCR). Selanjutnya, dilakukan pengujian hipotesis melalui empat jenis uji, yaitu: (1) uji regresi linear berganda, (2) uji parsial (uji T), (3) uji signifikansi simultan (uji statistik F), dan (4) perhitungan koefisien determinasi (R²). Analisis data penelitian dilakukan pengujian dengan SPSS 23.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari studi ini mencakup penjelasan mengenai ciri-ciri responden, hasil tingkat pencapaian mereka, serta analisis uji prasyarat yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, dan ada pula pengujian hipotesis yang melibatkan uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan perhitungan koefisien determinasi.

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan Gender/ jenis kelamin diperoleh informasi bahwa mayoritas pembelian dilakukan oleh responden perempuan dengan frekuensi sebanyak 102 responden dan tingkat persentase sebanyak 63,7% dan responden laki-laki sebanyak 58 orang dengan persentase 36,3%. **Berdasarkan usia** diperoleh informasi bahwa responden yang berusia 21-24 tahun paling sering melakukan sebanyak 79 orang dengan persentase 49,4%. Selebihnya untuk usia 13-16 tahun total responden berjumlah 8 orang dengan persentase 5%, usia 17-20 tahun berjumlah 9 orang dengan jumlah persentase (5,6%), usia 25-28 sebanyak 64 orang dengan persentase 40%. **Berdasarkan pekerjaan** diperoleh informasi bahwa mayoritas responden yang melakukan aktivitas pembelian adalah karyawan swasta yang berjumlah 52 orang responden dengan persentase 32,5%. Sedangkan yang lainnya, seperti wiraswasta berjumlah 28 responden memiliki persentase 17,5%, PNS berjumlah 16 orang dengan memiliki 10%, pelajar berjumlah 17 orang memiliki persentase 10,6%, mahasiswa sebanyak 42 responden dengan persentase 26,3% dan untuk responden yang tidak bekerja dengan jumlah 5 orang dengan persentase 3,1%.

Tingkat Capaian Responden

Tingkat capaian responden diklasifikasikan pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Klasifikasi Tingkat Capaian Responden

No	Persentasi Pencapaian	Kriteria
1	85% - 100%	Sangat Baik
2	66% - 84%	Baik
3	51% - 65%	Cukup
4	36% - 50%	Kurang Baik
5	0% - 35%	Tidak Baik

Sumber : Sugiyono (2019)

Dapat dihitung tingkat capaian responden dari setiap variabel sebagai berikut

Tabel 4. Hasil Tingkat Capaian Responden Lokasi (X1)

Pernyataan Positif	SS	S	KS	TS	STS	N	Skor	Mean	TCR %	Kriteria
Akses jalan menuju Restoran Jiwa Raga Kitchenette baik dan lancar	42	105	12	1	-	160	668	4,175	83,5	Baik
Jarak Restoran Jiwa Raga Kitchenette dekat dari pusat keramaian	22	126	12	-	-	160	650	4,0625	81,25	Baik
Terdapat transportasi umum menuju Restoran Jiwa Raga Kitchenette	31	124	5	-	-	160	666	4,1625	83,25	Baik
Terdapat rambu-rambu atau papan petunjuk jalan di Restoran Jiwa Raga Kitchenette	12	137	7	2	2	160	635	3,96875	79,375	Baik
Situasi lalu lintas disekitar Restoran Jiwa Raga Kitchenette ramai	6	138	16	-	-	160	630	3,9375	78,75	Baik
Terdapat banyak aktivitas masyarakat disekitar lokasi dan menimbulkan kemacetan	3	133	22	2	-	160	617	3,85625	77,125	Baik
Terjaminnya keamanan di area parkir	17	117	20	6	-	160	625	3,90625	78,125	Baik
Terdapat penjaga parkir di area parkir sehingga kendaraan tertata rapi	8	141	8	3	-	160	634	3,9625	79,25	Baik
Restoran Jiwa Raga Kitchenette memiliki bangunan yang luas	15	129	12	4	-	160	635	3,96875	79,375	Baik
Keleluasaan konsumen saat berada di dalam Restoran Jiwa Raga Kitchenette	10	126	15	9	-	160	617	3,85625	77,125	Baik
Lingkungan disekitar Restoran Jiwa Raga Kitchenette aman dan nyaman	7	141	12	-	-	160	635	3,96875	79,375	Baik
Lingkungan disekitar Restoran Jiwa Raga Kitchenette bersih	26	121	12	1	-	160	652	4,075	81,5	Baik
Adanya persaingan disekitar Restoran Jiwa Raga Kitchenette dengan usaha sejenis atau sama	7	113	36	4	-	160	603	3,76875	75,375	Baik
Jarak antara setiap restoran dengan pesaing berdekatan	5	122	32	1	-	160	611	3,81875	76,375	Baik
Terdapat ketentuan pemerintah dalam mengatur lokasi di sekitar Restoran Jiwa Raga Kitchenette	4	132	21	2	1	160	616	3,85	77	Baik
Terdapat aturan pemerintah berupa pembayaran pajak yang sesuai saat berbelanja di Restoran Jiwa Raga Kitchenette	28	127	4	1	-	160	662	4,1375	82,75	Baik
Pernyataan Negatif	SS	S	KS	TS	STS	N	Skor	Mean	TCR	Kriteria
	1	2	3	4	5					
Tidak tersedia lahan parkir yang memadai	58	81	5	-	16	160	315	1,96875	39,375	Kurang Baik
Jiwa Raga Kitchenette tidak berada di lingkungan yang mendukung untuk pendirian usaha restoran	5	122	13	6	14	160	382	2,3875	47,75	Kurang Baik
Total Rata-Rata Keseluruhan							602,9444	3,768403	75,36806	Baik

Tabel 4 dapat menunjukkan bahwa tingkat capaian responden yang didapat dari setiap pernyataan memiliki hasil yang berbeda antara jumlah MEAN (rata-rata) dan jumlah TCR. Diketahui terdapat dua pernyataan yang memiliki kriteria pada TCR kurang baik di dua kolom terakhir pada tabel 4, yang memiliki rata-rata sebesar 1,96875 dengan hasil TCR sebesar

39,375%, dan pernyataan kurang baik lainnya memiliki rata-rata 2,3875 dan hasil TCR sebesar 47,75%.

Tabel 5. Hasil Tingkat Capaian Responden Gaya Hidup (X2)

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	N	Skor	Mean	TCR %	Kriteria
	5	4	3	2	1					
Saya tinggal di perkotaan dan sering <i>nongkrong</i> di restoran	14	121	17	5	3	160	618	3,8625	77,25	Baik
Saya setiap saat mengunjungi restoran untuk melepas penat dan melakukan pekerjaan	17	113	23	5	2	160	618	3,8625	77,25	Baik
Saya senang untuk <i>nongkrong</i> dan melakukan kegiatan di restoran karena merupakan hobi saya	29	111	18	2	-	160	647	4,04375	80,875	Baik
Saya mengikuti perkembangan untuk <i>nongkrong</i> di restoran yang kekinian sesuai dengan minat dan kemauan saya	28	108	17	5	2	160	635	3,96875	79,375	Baik
Saya suka bersantai dan mengobrol di restoran karena sesuai dengan diri saya	54	93	10	2	1	160	677	4,23125	84,625	Sangat Baik
Saya menyukai momen kebersamaan saat berada di Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i>	18	136	6	-	-	160	652	4,075	81,5	Baik
Suasana yang ada di dalam Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> cocok dengan diri saya	15	129	13	2	1	160	635	3,96875	79,375	Baik
Saya berusaha memenuhi standar terhadap diri saya tentang <i>trend nongkrong</i> di restoran	20	94	36	7	3	160	601	3,75625	75,125	Baik
Saya <i>nongkrong</i> di restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> untuk menyenangkan diri saya	23	125	9	1	2	160	646	4,0375	80,75	Baik
Total Rata-Rata Keseluruhan							636,6	3,978472	79,56944	Baik

Tabel 5 dapat menunjukkan bahwa tingkat capaian responden yang didapat dari setiap pernyataan memiliki hasil yang berbeda antara jumlah MEAN (rata-rata) dan jumlah TCR. Pada pernyataan kolom ke 5 pada tabel 5 memiliki kriteria sangat baik dari seluruh pernyataan yang ada pada variabel gaya hidup (X2) dengan nilai TCR sebesar 84,625% dengan rata-rata 4,23125. Sementara untuk total keseluruhan dari yang dimiliki TCR berjumlah 79,56% dengan rata-rata 3,97 yang memiliki kriteria baik.

Tabel 6. Hasil Tingkat Capaian Responden Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	N	Skor	Mean	TCR %	Kriteria
	5	4	3	2	1					
Saya membutuhkan tempat makan yang nyaman	46	110	3	1	-	160	681	4,2563	85,125	Baik
Saya akan <i>nongkrong</i> dan bersantai di restoran yang sesuai dengan diri saya	25	128	7	-	-	160	658	4,1125	82,25	Baik
Saya mencari informasi tentang restoran di internet atau sosial media	29	119	10	2	-	160	655	4,0938	81,875	Baik
Saya mencari informasi tentang restoran kepada teman	17	125	15	2	1	160	635	3,9688	79,375	Baik
Saya mengunjungi Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> setelah melakukan perbandingan dengan restoran lainnya	32	117	11	-	-	160	661	4,1313	82,625	Baik

Saya menilai kesesuaian konsep Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> dengan diri saya	11	143	5	1	-	160	644	4,025	80,5	Baik
Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> menjadi keputusan saya untuk <i>nongkrong</i> karena tempatnya sesuai dengan diri saya	39	111	8	2	-	160	667	4,1688	83,375	Baik
Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> menjadi pilihan terakhir saya untuk <i>nongkrong</i>	30	103	23	3	1	160	638	3,9875	79,75	Baik
Saya merasa puas setelah melakukan pembelian di Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i>	19	98	34	7	2	160	605	3,7813	75,625	Baik
Saya merasa senang melakukan pembelian di Restoran Jiwa Raga <i>Kitchenette</i> karena sesuai dengan ekspektasi saya	14	128	16	2	-	160	634	3,9625	79,25	Baik
Total Rata-Rata Keseluruhan							647,8	4,0488	80,975	Baik

Tabel 6 menunjukkan bahwa tingkat capaian responden yang didapat dari setiap pernyataan memiliki hasil yang berbeda antara jumlah MEAN (rata-rata) dan jumlah TCR. Variabel keputusan pembelian (Y) memiliki 10 pernyataan yang ada pada tabel 6, Pernyataan pada kolom 1 yang memiliki nilai TCR lebih tinggi dari pernyataan lainnya dengan nilai 85,125% dan rata-rata 4,2563 dengan kriteria sangat baik. Untuk total keseluruhan didapat jumlah TCR adalah 80,975% dengan rata-rata 4,0488 dengan kriteria baik.

Uji Persyaratan Analisis

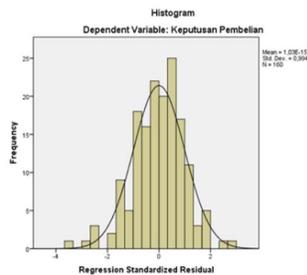
1. Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Komogorov Smirnov

Asym. Sig	Kriteria	Keterangan
0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Olahan Pribadi (2023)

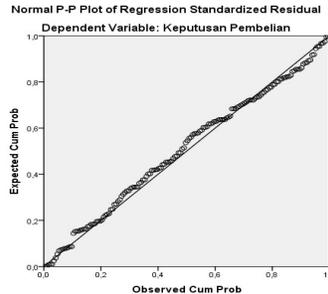
Dari hasil pengujian normalitas, dapat dianggap bahwa data mempunyai distribusi normal apabila skor signifikansinya $>0,05$. Ketika skor signifikansinya $<0,05$, jadi data dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal. Tabel 7 mengindikasikan bahwa nilai signifikansinya $>0,200$, berarti $>0,05$, yang diartikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Hasil ini diperoleh dari output SPSS versi 23 yang menggunakan pendekatan histogram.



Gambar 7. Histogram Uji Normalitas

Sumber: Olah Data SPSS23, 2023

Gambar 7 dapat diamati bahwa data tidak melebar ke kanan atau ke kiri. Berarti dapat dipahami bahwa histogram mendekati distribusi normal. Untuk mengkonfirmasi hasil uji normalitas yang menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal, kita dapat merujuk pada uji normalitas memakai grafik normal probability plot berikut ini.



Gambar 8. Normal Probability Plot

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2023)

Mengacu pada gambar 8 bisa dipahami data terdistribusi dengan normal. Di mana dapat dilihat pada grafik adanya titik-titik yang berada dekat sumbu diagonal pada grafik dan titik-titik tersebut tidak menyebar sehingga data dikatakan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dipakai untuk menelusuri konsistensi variasi residual pada model regresi yang ada ditabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Thitung	Sig.	Keterangan
Lokasi	-1,174	0,242	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Gaya Hidup	-1,759	0,081	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Olah Data Primer (2023)

Mengacu pada data dalam Tabel 8, terlihat bahwa tingkat signifikansi dari variabel lokasi (X1) adalah $>0,05$, yakni 0,242, sementara variabel gaya hidup (X2) memiliki tingkat signifikansi $>0,005$, yakni sebesar 0,081.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi	0,860	1,163	Tidak terjadi multikolinieritas
Gaya Hidup	0,860	1,163	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Olah Data Primer, 2023

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai faktor inflasi varian (VIF) untuk variabel lokasi (X1) dan variabel gaya hidup (X2) adalah 1,163, <10, dan nilai toleransi adalah 0,860, >0,1. Dimana dapat dinyatakan data tersebut tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,784	3,153		4,054	,000
Lokasi	,241	,048	,343	4,987	,000
Gaya Hidup	,316	,057	,382	5,563	,000

Sumber: Olahan Data Primer, 2023

Pada tabel 10 diketahui bahwa koefisien B adalah bentuk suatu persamaan regresi yang dapat diperoleh sebagai berikut.

$$Y = a + B1.X1 + B2.X2 + e$$

$$= 12,784 + 0,241 X1 + 0,316 X2 + e$$

Oleh karena itu, pedoman itu bisa diringkas sebagai berikut:

Pertama, nilai a adalah 12,784 mewakili kondisi di mana variabel Y tidak dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2. Variabel Y tidak akan berubah kalau variabel independen tidak ada. Kedua, B1 adalah koefisien regresi X1, dengan nilai 0,241, yang mengindikasikan variabel lokasi (X1) memiliki dampak positif pada keputusan pembelian. Ketiga, B2 adalah koefisien regresi X2, dengan nilai 0,316, mengindikasikan variabel gaya hidup (X2) juga berdampak positif pada keputusan pembelian (Y). Keempat, standar error (e) mengindikasikan tingkat kesalahan yang mungkin terjadi.

2. Uji Statistik (T)

Untuk mendapatkan hasil dari nilai t tabel dapat diperoleh dengan persamaan berikut ini:

$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,025 ; 157) = 1,975189$

Tabel 11 Uji Statistik (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,784	3,153		4,054	,000
Lokasi	,241	,048	,343	4,987	,000
Gaya Hidup	,316	,057	,382	5,563	,000

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Olah SPSS23 (2023)

Mengacu pada tabel 11, terlihat nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 4,987 > 1,28697. Artinya, H1 diterima dan variabel X1 berpengaruh terhadap Y.

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 5,563 > 1,28697. Artinya, diketahui H2 diterima dan variabel X2 memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

3. Uji Statistik (F)

Untuk mendapatkan hasil dari nilai F tabel dapat dilakukan dengan memakai rumus berikut ini:

$$F \text{ tabel} = F (k ; n-k) = F (2 ; 158) = 3,05$$

Tabel 12 Hasil Uji Statistik

ANOVA*					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	308,437	2	154,219	44,546	,000 ^b
Residual	543,538	157	3,462		
Total	851,975	159			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Lokasi

Tabel 12 mengindikasikan bahwa tingkat signifikansi untuk dampak variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebesar 0,000, <0,05, dan nilai F hitung adalah 44,546, melebihi nilai F tabel 3,05. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah bahwa hipotesis H3 dapat diterima, berarti bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh pada variabel Y.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Mendeskripsikan variabel terikat diukur dengan koefisien determinasi. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, mendekati nilai satu, maka semakin kuat pengaruh variabel independen, terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, koefisien determinasi berguna menggambarkan variabel lokasi dan gaya hidup memengaruhi variabel keputusan pembelian.

Tabel 13 Hasil Ujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,602 ^a	,362	,354	1,86065

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Lokasi

Sumber: Olah Data SPSS23, 2023

Tabel 13 mengindikasikan bahwa nilai R-square sebesar 0,362. Dimana adanya pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y yaitu 36,2%.

PEMBAHASAN

Setelah hipotesis penelitian diuji, disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima yang mana variabel keputusan pembelian (Y) di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel lokasi (X1). Untuk hipotesis kedua (H2) juga diterima dan berarti bahwa variabel keputusan pembelian (Y) di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel gaya hidup (X2), sehingga hasil dari hipotesis (H3) dapat diterima. Artinya, variabel Y dipengaruhi secara simultan oleh variabel X1 dan X2 yang dibuktikan dengan uji statistik T dan uji statistik F.

Secara umum, penilaian responden yang berkunjung ke Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* dapat dikategorikan baik. Hal ini diperkuat oleh nilai *R square* sebesar 0,362 /36,2%, mengindikasikan bahwa sekitar 36,2% variasi dalam variabel terikat (Y) diterangkan oleh variabel bebas (X), 63,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diselidiki dipenelitian ini. Angka yang diperoleh mengkuadratkan koefisien korelasi "R" sebesar 0,602, yang kemudian menghasilkan nilai 0,362.

1. Lokasi (X1)

Hasil dari data penelitian yang diolah menggunakan SPSS Versi 23.00 maka diperoleh hasil yang positif bahwa variabel lokasi baik dan positif di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. Lokasi yang baik merupakan lokasi yang dapat memikat perhatian pembeli untuk datang. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa akses jalan menuju Jiwa Raga lancar, situasi lalu lintas di Jiwa Raga lancar, dan Restoran Jiwa Raga juga berlokasi di tempat yang strategis, maka sesuai berdasarkan hasil yang diperoleh, bahwa lokasi Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang memiliki kriteria baik dan bernilai positif.

2. Gaya Hidup (X2)

Setelah penelitian dilakukan dan hasil yang diperoleh diolah datanya dengan menggunakan SPSS versi 23.00 maka diperoleh hasil yang positif bahwa variabel gaya hidup baik dan positif di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. Dikatakan bahwa gaya hidup itu tinggi dan baik adalah yang memiliki kesesuaian konsep suatu tempat dengan diri seseorang. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil TCR dari 10 pernyataan yang ada pada variabel gaya hidup semua konsumen mengatakan bahwa kesesuaian gaya hidup dan bernilai positif di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette*.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil olah data penelitian, variabel keputusan pembelian di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* memiliki nilai yang baik dan positif maka hasil ini menunjukkan kesesuaian yang sama dengan kriteria TCR yaitu menyatakan bahwa keputusan pembelian dari konsumen

memiliki nilai yang tinggi di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette*. Meskipun variabel keputusan pembelian memiliki nilai yang baik dan positif namun, nilai terendah TCR untuk variabel keputusan pembelian terdapat pada penilaian konsumen tentang puas atau tidaknya konsumen setelah melakukan pembelian di Jiwa Raga.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Merujuk dari hasil pengolahan data dari 160 orang responden yang diolah menggunakan SPSS Versi 23.00, dapat dipahami bahwa dari variabel lokasi (X1) dapat dikategorikan baik dengan persentase 75,37% dari tingkat capaian responden, sementara untuk variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 80,98%. Dalam uji regresi linear berganda, nilai t pada tabel koefisien untuk variabel lokasi (X1) adalah 4,987, yang melebihi nilai kritis 1,28697, dan nilai signifikansi adalah 0,000, lebih rendah dari ambang batas 0,05. Ini diartikan bahwa variabel lokasi (X1) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian Piranti (2017) diinterpretasikan bahwa variabel lokasi mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan positif dan signifikan. Berdasarkan hasil penelitian dari Laurensia & Sofiani (2023) hasilnya menyatakan variabel lokasi berdampak positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

5. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Variabel gaya hidup (X2) mencapai tingkat capaian responden sebesar 79,57%, sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) mencapai 80,98%, keduanya memenuhi kriteria yang baik. Nilai t pada tabel koefisien hasil uji regresi linear berganda untuk variabel gaya hidup (X2) adalah sebesar 5,563, melebihi nilai kritis 1,28697, nilai signifikansi adalah 0,000, yang berada di bawah nilai ambang batas 0,05. Hasil analisis mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian Nurrahmita (2020) mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sementara itu, penelitian Anggraini & Sudarwanto (2020) mengindikasikan variabel gaya hidup juga memiliki dampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

6. Pengaruh Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis data dengan SPSS versi 23 menyimpulkan variabel lokasi (X1) dan variabel gaya hidup (X2) memiliki dampak positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian (Y). Signifikansi nilai efek dari X1 dan X2 terhadap Y adalah 0,000, <0,05, dan nilai F hitung sebesar 44,546, melebihi nilai F tabel 3,05. Oleh karena itu, hipotesis H3

diterima. Berdasarkan hasil tersebut seiring dengan penelitian Lubis (2017), Putri dan Abrian (2021) dan Putri (2021) menyatakan bahwa variabel keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel gaya hidup dan lokasi.

SIMPULAN

Variabel lokasi (X1) dapat diketahui bahwa dari hasil tingkat capaian responden dikategorikan baik dengan persentase 75,37%. **Variabel gaya hidup (X2)** dapat diketahui nilai tingkat capaian responden sebesar 79,57%. **Variabel Keputusan Pembelian (Y)** diindikasikan memiliki nilai tingkat capaian responden sebesar 80,98%. **Variabel lokasi secara signifikan berkontribusi secara positif terhadap variabel keputusan pembelian** di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. **Variabel gaya hidup memiliki dampak positif signifikan pada variabel keputusan pembelian** di Restoran Jiwa Raga *Kitchenette* Padang. Nilai t pada koefisien dalam uji regresi linear berganda untuk variabel gaya hidup (X2) adalah sebesar 5,563, yang melebihi nilai ambang batas 1,28697. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000, <0,05, menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). **Variabel lokasi dan gaya hidup memiliki kemampuan untuk memengaruhi variabel keputusan pembelian.** Hasil uji determinasi (R²), bisa disimpulkan bahwa sekitar 36,2% dari variasi dalam variabel keputusan pembelian diterangkan oleh variabel lokasi dan gaya hidup, sementara lainnya sekitar 63,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat ada dipenelitian ini. Selain itu, nilai signifikansi pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y adalah 0,000, <0,05, dan nilai F hitung adalah 44,546, melebihi nilai F tabel 3,05, dapat disimpulkan hipotesis H3 dapat diterima.

SARAN

Saran bagi restoran Jiwa Raga *Kitchenette* setelah dilakukannya penelitian maka hasil yang di dapat berpengaruh positif, namun untuk variabel lokasi nilai TCR rendah pada pernyataan lokasi parkir dan lingkungan yang menyangkut visibilitasnya. Hal ini dapat menjadi sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk ke depannya apa yang menjadi keinginan dari konsumen menyangkut variabel dalam penelitian ini. Bagi departemen pariwisata dan perhotelan diharapkan agar hasil dari penelitian dapat memperluas pengetahuan mahasiswa, serta untuk peneliti berikutnya agar menjadikan bahan acuan dan mengembangkan apa yang belum ada dalam peneltian ini.

REFERENSI

- Anggraini, F. N., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mc Donald ' S Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016-2019 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Arif, M. (2018). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Soban Cafe Medan. In *Skripsi*.
- Azizah, L. N. N. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Made Great Residence Kota Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 3(1), 621â-626.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. In *McKinsey & Company*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing seventeenth edition: Creating Customer Value and Engagement. *Principles of Marketing*.
- Laurensia, J., & Sofiani, S. (2023). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Yumichi Resto Catering, Harapan Indah Bekasi. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(2), 56–65. <https://doi.org/10.31334/JD.V4I2.2657>
- Lubis, A. S. (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Biji Hitam Coffe Berastagi)* . Universitas Sumatera Utara.
- Luthfianto, D., & Suprihadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian cafe jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Marsum, W. (2018). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi Offset.
- Noordiono, A. (2016). KARAKTER GENERASI Z DAN PROSES PEMBELAJARAN PADA PROGRAM STUDI AKUNTANSI [UNAIR]. In *Jurnal JEBA UNAIR*. <http://lib.unair.ac.id>
- Nurrahmita, A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Restoran Makanan Cepat Saji di Indonesia. *Journal of Fundamental Management*, 1(2).
- Piranti, D. A. R. (2017). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Resto and Resort Damar Mas Kediri. *Manajemen*.
- Putri, Rr. N. A. (2021). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OKUI KOPI 3.0 SURABAYA*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Putri, W. N. A., Abrian, Y. (2018). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. *Jurnal Pendidikan dan Keluarga*, 10(1), 116-128.
- Sinaga, Fi. (2018). *Restoran Dan Kegiatannya* . Andi Offset. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=L-tuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA127&dq=Sinaga,+Firman.+\(2018\).+Restoran+dan+Kegiatannya.+Yogyakarta:+Andi+Offset.&ots=bqstorQ4oB&sig=M46qw9wDgv-YhEmxADrPOBJPoT4&redir_esc=y#v=onepage&q=Sinaga%2C%20Firman.%20\(2018\).%20Restoran%20dan%20Kegiatannya.%20Yogyakarta%3A%20Andi%20Offset.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=L-tuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA127&dq=Sinaga,+Firman.+(2018).+Restoran+dan+Kegiatannya.+Yogyakarta:+Andi+Offset.&ots=bqstorQ4oB&sig=M46qw9wDgv-YhEmxADrPOBJPoT4&redir_esc=y#v=onepage&q=Sinaga%2C%20Firman.%20(2018).%20Restoran%20dan%20Kegiatannya.%20Yogyakarta%3A%20Andi%20Offset.&f=false)

- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. In *Ghalia Indonesia. Bogor*.
- Sutisna. (2017). *Perilaku Konsumen*. Rosda Karya.
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty, Yogyakarta*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Triadi, S., Rahayu, Y., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian handphone. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 257-263.
- Wulansari, N., Abrian, Y., & Adrian, A. (2021). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menginap. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(02), 171-182.
- Yusmar, O., & Suyuthie, H. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Oleh Tamu di UNP Hotel & Convention Kota Padang. *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 2(1), 25-31.