



Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan

The Effect of Product and Location Innovation on Consumer Research Decisions at Roemah Bata Café & Resto Medan

Supri Mahendra, Muslim Wijaya & Syahriandy*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan". Jenis Penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang melakukan transaksi pada Roemah Bata Café & Resto Medan dengan menggunakan rumus slovin sehingga memperoleh sampel sebanyak 80 konsumen. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel inovasi produk nilai t_{hitung} diperoleh 3,468 dimana $>$ nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.001 $<$ 0.005 artinya variabel inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel lokasi nilai t_{hitung} diperoleh 5,285 dimana $>$ nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.000 $<$ 0.005 artinya variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ diperoleh 39,228 $>$ 3,12 dan nilai p-value diperoleh pada kolom sig 0,000 $<$ 0,05 artinya variabel inovasi produk dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Lokasi; Keputusan Pembelian Konsumen

Abstract

This study aims to determine "the influence of product and location innovation on consumer purchasing decisions at Roemah Bata Café & Resto Medan". This type of research is an associative study, which is a study that asks about the relationship between two variables. The population in this study were 100 consumers who made transactions at Roemah Bata Café & Resto Medan using the Slovin formula so as to obtain a sample of 80 consumers. Based on the results of the research, partially, the product innovation variable, the tcount value was 3,468, where $>$ the t-table value at α 5% was 1,664 and the p-value in the sig column was 0.001 $<$ 0.005, which means that the product innovation variable had a positive and significant effect on consumer purchasing decision variables. Based on the results of the research, partially the location variable, the tcount value was 5.285 where $>$ the ttable value at α 5% was 1.664 and the p-value in the sig column 0.000 $<$ 0.005 means that the location variable has a positive and significant influence on consumer purchasing decision variables. Based on the results of the study, simultaneously the value of fcount $>$ ftable is 39.228 $>$ 3.12 and the p-value is obtained in the sig column 0.000 $<$ 0.05, which means that the product innovation and location variables have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Innovation; Location; Consumer Purchasing Decisions

How to Cite: Mahendra, S. Wijaya, M. & Syahriandi. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2) 2021: 161-166



PENDAHULUAN

Gaya hidup Masyarakat yang semakin modern saat ini, menimbulkan banyak sekali tuntutan. Tuntutan tidak hanya dari sisi memenuhi kebutuhan primer, tetapi kebutuhan sekunder pun telah naik level menyamai kebutuhan primer. Modernisasi telah merambah di semua aspek kehidupan manusia, tidak hanya dari sisi penggunaan teknologi, bahkan sampai pada kebutuhan keinginan makan dan minum pun dengan gaya dan cara yang modern dan kekinian. (Nasution, I. & Manurung, T. 2015; Lubis, R. 2017).

Saat ini masyarakat lebih cenderung untuk dikatakan masyarakat modern atau masyarakat berkelas dengan mengikuti budaya modern yang berkembang. Salah satunya adalah dengan adanya restoran, yang dimana sudah banyak berkembang di Indonesia. Tantangan terbesar yang dihadapi oleh pemilik restoran tersebut mendapat pangsa pasar dari masyarakat Indonesia adalah bahwa masyarakat Indonesia memiliki latar belakang yang sangat beragam, seperti budaya, agama, suku, kebiasaan, adat istiadat dan lain sebagainya. Kondisi ini yang menurut pengusaha pada akhirnya harus melakukan berbagai inovasi agar dapat diterima masyarakat setempat, baik inovasi produk, inovasi penetrasi pasar, inovasi marketing, inovasi pengolahan produksi, inovasi pelayanan, dan sebagainya. (Hsb, M. 2018; Situmorang, C. & Simanjuntak, A. 2019).

Keengganan masyarakat untuk mendapat/membeli suatu produk bisa disebabkan berbagai hal. Agar produk tersebut dapat diterima masyarakat khususnya masyarakat yang merupakan *consumen target*, maka produk yang di produksi pun harus dilakukan inovasi baik dari bentuk, rasa, kemasan/penyajian, tampilan, dan sebahainya haruslah disesuaikan dengan selera, keinginan dan kebutuhan konsumen dalam hal ini masyarakat. (Arifin, S. & Nasution, A. 2017; Listiorini, I. 2018). Yang penting dari semua itu bahwa inovasi produk yang dihasilkan masih dalam batas harga yang terjangkau masyarakat ketika dipasarkan. Sehingga akan sangat memungkinkan mempengaruhi keputusan pembeli oleh masyarakat terhadap produk tersebut. (Utomo dkk. 2020; Cahyadi. 2020).

Melakukan inovasi produk akan menimbulkan tambahan biaya produksi. Hal ini merupakan satu rangkaian yang tak terpisahkan. Karna sesungguhnya inovasi produk merupakan suatu pembaharuan produk yang sudah ada sebelumnya menjadi sesuatu yang berbeda dari produk awalnya. Dengan kata lain produk yang diinovasi tersebut memerlukan biaya untuk merubah menjadi sesuatu yang baru dan berbeda, namun mendatangkan keuntungan. (Lubis, A. 2014; Rahman dkk. 2020).

Selain dengan melakukan inovasi produk pemilik restoran juga harus merencanakan penentuan lokasi. Lokasi merupakan salah satu cara agar konsumen dapat menjangkau tempat yang mereka tuju tidak terlalu jauh dengan rumah, tempat kerja, dan sebagainya. Dengan itu banyak restoran membuat perencanaan lokasi yang setrategis. Begitu juga halnya dengan Roemah Bata Café & Resto Medan, membuat perencanaan lokasi yang setrategis di tengah kota Medan. Selain itu Roemah Bata Café & Resto juga dekat dengan beberapa kampus swasta di Medan.

Selain dengan melakukan inovasi produk pemilik restoran juga harus merencanakan penentuan lokasi. Lokasi merupakan salah satu cara agar konsumen dapat menjangkau tempat yang mereka tuju tidak terlalu jauh dengan rumah, tempat kerja, dan sebagainya. Dengan itu banyak restoran membuat perencanaan lokasi yang setrategis. Begitu juga halnya dengan Roemah Bata Café & Resto Medan, membuat perencanaan lokasi yang setrategis di tengah kota Medan. Selain itu Roemah Bata Café & Resto juga dekat dengan beberapa kampus swasta di Medan.

Tabel 1 Penjualan Roemah Bata Café& Resto

No	Bulan Tahun	Tahun Penjualan	Penjualan		Total
			Minuman	Makanan	
1	September	2018	2.625 Porsi	2.430 Porsi	5.055 Porsi
2	Oktober	2018	2.638 Porsi	2.550 Porsi	5.188 Porsi
3	November	2018	2.657 Porsi	2.580 Porsi	5.237 Porsi
4	Desember	2018	2.705 Porsi	2.597 Porsi	5.302 Porsi
5	Januari	2019	2.755 Porsi	2.605 Porsi	5.360 Porsi
6	Februari	2019	2.835 Porsi	2.662 Porsi	5.497 Porsi
7	Maret	2019	2.842 Porsi	2.741 Porsi	5.587 Porsi
8	April	2019	2.852 Porsi	2.790 Porsi	5.642 Porsi
9	Mei	2019	2.742 Porsi	2.782 Porsi	5.524 Porsi
10	Juni	2019	2.758 Porsi	2.641 Porsi	5.399 Porsi
11	Juli	2019	2.607 Porsi	2.633 Porsi	5.240 Porsi
12	Agustus	2019	2.558 Porsi	2.507 Porsi	5.065 Porsi

Dilihat dari table 1, terdapat peningkatan penjualan dari bulan September 2018 sampai April 2019 mengalami peningkatan sebanyak 587 porsi. Namun, pada penjualan bulan April 2019 sampai agustus 2019 mengalami penurunan sebanyak 577 porsi.

Ini membuktikan bahwa terdapat penurunan penjualan pada Roemah Bata Café & Resto Medan. Mengakibatkan inovasi produk Roemah Bata Café & Resto Medan tidak banyak lagi diminati oleh konsumen dikarenakan inovasi yang dilakukan berbeda dengan selera konsumen saat ini. Selain inovasi produk, lokasi juga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian dikarenakan lokasi tidak berada di pinggir jalan besar, melainkan masuk ke dalam gang dan tidak dilewati angkutan umum.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat materi dalam skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan”**

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis membuat jenis penelitian asosiatif. “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih” (Sugiyono, 2014). Penelitian ini akan dilakukan di Roemah Bata Café & Resto Gg. Masjid No. 10, seikambang C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20118. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan Maret.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,353	2,757		3,755	,000
Inovasi_Produk	,453	,131	,322	3,468	,001
Lokasi	,482	,091	,491	5,285	,000

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh :

1. Variabel Bebas X1 (Inovasi Produk) Nilai t_{hitung} diperoleh 3,468 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 3,468 > t_{tabel} 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.001 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.
2. Variabel Bebas X2 (Lokasi)
 Nilai t_{hitung} diperoleh 5,285 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 5,285 > t_{tabel} 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.000 < 0.005 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.
 Nilai f_{hitung} > f_{tabel} diperoleh 39,228 > 3,12 artinya positif. Sementara nilai p-value diperoleh pada kolom sig 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan lokasi secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel inovasi produk nilai t_{hitung} diperoleh 3,468 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 3,468 > t_{tabel} 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.001 < 0.005 artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan menjelaskan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel lokasi nilai t_{hitung} diperoleh 5,285 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1.664 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 5,285 > t_{tabel} 1.664 dan nilai p-value pada kolom sig 0.000 < 0.005 artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan nilai f_{hitung} > f_{tabel} diperoleh 39,228 > 3,12 artinya positif. Sementara nilai p-value diperoleh pada kolom sig 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan inovasi produk dan lokasi secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Roemah Bata Café & Resto Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Hendy Mustiko (2019). *Manajemen Pemasaran syariah Teori dan Praktik*. Cetakan pertama Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Al Rasyid, H., & Indah, A.T (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39-49.
- Antari, K. R. M., Dunia, I. K., Erg, M., & Luh Indrayani, S. P. (2014). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Belanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Arifin, S., & Nasution, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Di Kpp Pratama Medan Belawan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 3(2). Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V3i2.1237>
- Cahyadi, W., Mukhlisin, M., & Pramono, S. (2020). Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Perusahaan Asuransi Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(1), 66-76. Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V6i1.2995>
- Dhewanto Wawan, Permatasari Herdianti Dwi Mulyaningsih Angraini, Ameka Grisna Anggadwita Indriany (2014). *Manajemen Inovasi (Peluang Sukses Menghadapi Perubahan)*. Yogyakarta: Andi.
- Hsb, M. (2018). Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(1). Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V4i1.1533>
- Lempoy, N. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. (2015). Pengaruh Harga, Likasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*, 3(1).
- Listiorini, L. (2018). Pengaruh Jenjang Pendidikan Dan Pelatihan Akuntansi Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Umkm Mitra Binaan Bank Sumut Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(1). Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V4i1.1503>
- Lubis Zulkarnain, Sutrisno, Lubis Andre Hasudungan (2017). *Panduan Peaktis Praktikum SPSS*. Cetakan pertama Medan: Pusat Universitas Medan Area.
- Lubis, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 1(1), 29-36. Doi: <https://doi.org/10.31289/Jkbn.V1i1.1398>
- Lubis, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kpp Pratama Medan Belawan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 3(1). Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V3i1.425>
- Manulang Marihot, Pakpahan Manuntun (2014). *Metode Penelitian proses penelitian praktis*. Cetakan pertama Bandung: Citapustaka Media.
- Nasution, I., & Manurung, T. (2015). Pengaruh Kualitas Pengendalian Internal Pada Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keandalan Audit Trail Pada Pt. Bank Mega, Tbk Cabang Setia Budi Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1(1). Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V1i1.100>
- Rahman, A., Fathorrahman, F., & Karnawati, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Praktik Sumber Daya Manusia Dan Pasar Tenaga Kerja Terhadap Keinginan Pindah Kerja Karyawan. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 164-178. Doi: <https://doi.org/10.31289/Jkbn.V6i2.3553>
- Rusiandi, Nur Subiantoro & Rahmat Hidayat (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akutansi dan Ekonomi Pembangunan*. Medan: USU Press.
- Sadih, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Kemasan Produk Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Shampoo Sariayu Hijab (Studi Konsumen di Wilayah Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(1).
- Sangadji Mamang Etta, Sopiah (2013). *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Setiawan, A. T., Fauzi DH, A., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/201 Fakultas Ilmu Administrasi Brawijaya Malang yang Membeli, Menggunakan dan Mengetahui Smartphone Samsung Galaxy Series). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 73-81.
- Shaleh, R. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Staker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Staker Pomade di UN PGRI Kediri).
- Situmorang Syafrizal Helmi (2017). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Edisi ke 3 Yogyakarta: USU Pres.
- Situmorang, C., & Simanjuntak, A. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(2), 160-169. Doi: <https://doi.org/10.31289/Jab.V5i2.2694>

- Sugiono (2014). Metode Penelitian Administrasi (Dilengkapi Dengan Metode R&D). Cetakan ke-22 Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Cetakan ke-3 Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Cetakan ke-24 Bandung: Alfabeta.
- Utomo, G., Titisari, K., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas E-Government Terhadap Kepuasan Pengguna E-Filing: Studi Kasus Wajib Pajak Di Surakarta. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi, 6(1), 13-21. Doi:<https://doi.org/10.31289/Jab.V6i1.2752>