

Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya

Chatarina Odilia Winda¹⁾, Andy²⁾

¹²Universitas Buddhi Dharma

Email : odiliawinda01@gmail.com, andy.andy@ubd.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya riset ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi dapat berpengaruh pada keputusan pembelian pada KFC Citra Raya. Metode kuantitatif digunakan penulis sebagai metode dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah kuesioner. Penulis akan membagikan kuesioner tersebut kepada konsumen yang telah membeli produk di KFC Citra Raya.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, pada kolom Unstandardized Coefficients terdapat B memiliki nilai constant sebesar -0,199 kemudian nilai koefisien sistem aplikasi e-wallet bernilai 0,145, kualitas produk bernilai 0,384 dan lokasi bernilai 0,481 sehingga ketetapan regresinya yakni : $Y = -0,199 + 0,145 X_1 + 0,384 X_2 + 0,481 X_3$. Dikarenakan $0,481 > 0,145$ dan $0,384$ maka lokasi dapat dikatakan sebagai variabel yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Variabel sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk, dan lokasi pada KFC Citra Raya berpengaruh positif dan relevan dengan keputusan pembelian. Maka dapat mengartikan, sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC Citra Raya.

Kata kunci: Sistem Aplikasi E-wallet, Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian.

The Effect Of E-Wallet Application System, Product Quality, And Location On Purchase Decisions At KFC Citra Raya

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the e-wallet application system, product quality and location can affect purchasing decisions at KFC Citra Raya. The author uses quantitative method as a method in this research. The data collection technique that the author uses is a questionnaire. The author will distribute the questionnaire to consumers who have purchased products at KFC Citra Raya.

Based on the results of multiple regression analysis, in the Unstandardized Coefficients column there is B which has a constant value of -0.199 then the coefficient value of the e-wallet application system is 0.145, product quality is 0.384 and location is 0.481 so that the regression determination is: $Y -0.199 + 0.145 X1 + 0.384 X2 + 0.481 X3$. Due to $0.481 > 0.145$ and 0.384 , the location can be said to be a variable that greatly influences purchasing decisions.

The variables of the e-wallet application system, product quality, and location at KFC Citra Raya have a positive and relevant effect on purchasing decisions. So it can be interpreted, the e-wallet application system, product quality and location affect consumer purchasing decisions of KFC Citra Raya.

Keywords: E-wallet Application System, Product Quality, Location, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini, industri kuliner makanan cepat saji sangat digemari masyarakat Indonesia dan menciptakan persaingan bisnis yang ketat sehingga banyak pilihan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk sejenis. Menurut Parameswari et al. (2020) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa: “Santapan siap saji merupakan jenis makanan yang sudah diolah untuk dapat langsung dihidangkan dengan praktis, seperti ayam goreng, pizza, dan lainnya”.

Dengan adanya hal tersebut, perusahaan berlomba-lomba berinovasi dan berkreasi dalam mengembangkan produknya. Salah satunya seperti restoran KFC Citra Raya. Pada kemajuan teknologi saat ini, masyarakat tidak terlepas dari smartphone yang memudahkan pekerjaan mereka. KFC Citra Raya sendiri ikut berinovasi dalam kemajuan teknologi yaitu mengubah alat pembayaran yang mereka sediakan untuk konsumen.

Dengan adanya sistem aplikasi e-wallet, konsumen tidak perlu menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi, konsumen dapat menggunakan smartphone mereka yang terdapat aplikasi e-wallet. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi saat ini belum diketahui secara pasti dapat diikuti oleh masyarakat yang kekurangan informasi tentang teknologi. Memperhatikan kinerja produk diperlukan juga untuk menciptakan produk yang berkualitas tinggi dan memastikan keinginan konsumen terpenuhi sehingga tidak berpaling ke produk sejenis (Hernawan et al., 2019). Menentukan lokasi yang strategis, tempat yang bersih, dan lingkungan yang aman juga dapat memaksimalkan keuntungan dan menarik konsumen untuk membeli. Dengan adanya sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk, dan lokasi diharapkan akan memiliki pengaruh yang membuat konsumen lebih cepat dalam menentukan keputusan pembelian pada produk KFC Citra Raya.

Rumusan Masalah

Pendekatan masalah menurut latar belakang dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh sistem aplikasi e-wallet terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya?
4. Bagaimana pengaruh sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, yakni :

1. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh sistem aplikasi e-wallet terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.
2. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.
3. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.
4. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Aplikasi E-wallet

Sistem Aplikasi E-wallet adalah sistem yang berisi dana yang dapat digunakan untuk pembayaran tanpa uang tunai di dalam aplikasi. Menurut artikel Keuntungan Memakai Dompet Digital sebagai Alat Pembayaran Utama dalam jurnal Kusnawan et al (2019) menjelaskan bahwa: “Adapun kegunaan e-wallet ialah transaksi lebih aman, lebih mudah dan cepat dan dapat digunakan kapan saja tanpa membawa uang tunai”. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam jurnal Parameswari (2022) dapat dikatakan bahwa: “Jumlah perdagangan elektronik di Indonesia meningkat sebesar 17%, memperoleh 26,2 juta pelaku usaha dalam satu dekade terakhir. Penelitian ini mengeksplorasi empat aplikasi e-wallet yang ditawarkan oleh KFC Citra Raya kepada konsumen, yaitu: Gopay, Dana, Ovo dan Shopeepay”.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal Mariansyah & Syarif (2020) mengemukakan bahwa: “Kualitas produk ialah individualitas suatu produk atau jasa yang terikat pada kompetensinya untuk memenuhi keperluan konsumen, tersurat maupun tersirat”.

Sedangkan menurut Harman (2017) mengungkapkan: “Kualitas produk merupakan produk yang harus diproduksi dengan baik karena konsumen dapat berganti pada produsen sejenis ketika kualitas produk menurun”. Jadi dengan demikian, kualitas produk merupakan kinerja produk untuk menghasilkan hasil yang mencukupi keinginan konsumen.

Lokasi

Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal Rahayu (2018) menjelaskan bahwa: “Lokasi adalah tempat beraktivitas dimana suatu usaha dapat menyediakan produk untuk menghasilkan keuntungan”. Menurut Lupiyoadi dalam jurnal Rahayu (2018): “Lokasi merupakan kebijakan perusahaan mengenai lokasi usaha dan lokasi karyawan”. Dari kedua pendapat di atas, lokasi adalah tempat berlangsungnya segala kegiatan bisnis, tempat terjadinya transaksi penjualan, atau tempat penjual menjual barang atau jasa dan pembeli membeli produk yang dijual oleh penjual.

Keputusan Pembelian

Menurut Muhtarom et al. (2022) berpendapat bahwa: “Keputusan pembelian merupakan metode penetapan selaras dengan kepentingan tertentu dengan memilih pilihan yang dianggap tepat”. Menurut Basu Swastha dan Hani Handoko yang dikutip dalam buku (Priansa, 2017) mengemukakan bahwa: “Kumpulan keputusan, yaitu penetapan jenis produk, penetapan bentuk produk, penetapan merek, penetapan penjual, penetapan jumlah produk, penetapan pembelian, penetapan cara pembayaran disebut dengan keputusan pembelian”. Dari dua perspektif tersebut, keputusan pembelian merupakan tahapan metode yang dijalankan konsumen sejak peluncuran produk hingga konsumen membeli produk. Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Adhitya (2021) “Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor, yakni budaya, sosial, pribadi dan psikologis”.

METODE

Jenis Penelitian

Penulis menetapkan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif pada penelitian ini. Data kuantitatif merupakan segala macam data yang dapat langsung dihitung, datanya berupa angka atau representasi yang dinyatakan dalam angka. Hal tersebut dikaji melalui berbagai fenomena yang terjadi di KFC Citra Raya, khususnya yang berkaitan dengan sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi dalam keputusan pembelian.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah objek masalah yang dibahas dan dipraktikkan melalui pengamatan penelitian sosial, menghasilkan data untuk tujuan tertentu, dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dari data tersebut. KFC Citra Raya menjadi objek pada penelitian ini, yang bermaksud mendapati pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada KFC Citra Raya.

Populasi

“Populasi juga mencakup semua ciri yang dimiliki oleh subjek atau objek, bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek yang diteliti.” (Sugiyono, 2018:130). Populasi penelitian terdiri dari sejumlah orang yang tidak diketahui yang pernah mendengar, melihat atau membeli produk KFC Citra Raya, penulis menggunakan metode populasi tak terhingga karena sumber data yang diperoleh tidak dapat diperkirakan.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa: “Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan identifikasi yang dimiliki suatu populasi”. Untuk menetapkan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti melakukan penghitungan dengan menggunakan rumus Wibisono. Sampel yang dihitung menggunakan rumus Wibisono mencapai 100 responden.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan 100 responden. Menurut Sugiyono (2017): “Kuesioner (angket) adalah suatu metode pengambilan data yang dilaksanakan menggunakan pemberian beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk mengisi atau menjawab pertanyaan tersebut”. Penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Forms dan menganalisisnya menggunakan SPSS 25.

HASIL

Koefisien Determinasi (R²)

**TABEL 1. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)
 MODEL SUMMARY^B**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.909 ^a	.825	.820	2.795	1.909

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Sistem Aplikasi Ewallet (X1), Kualitas Produk (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : SPSS Versi 25.0

Pada table diatas, menjelaskan bahwa nilai R Square adalah nilai koefisien determinasi. Hal ini membuktikan seberapa baik model regresi terbentuk dari hubungan antara sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk, dan lokasi (variabel bebas) dan keputusan pembelian (variabel terikat). Koefisien determinasi yang disertakan adalah 0,825, sehingga penentuan sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk, dan lokasi (variabel bebas) memiliki pengaruh bernilai 82,5% pada keputusan pembelian (variabel terikat).

Hasil Uji T

**TABEL 2. HASIL UJI SIGNIFIKANSI PARSIAL (UJI T)
COEFFICIENTS^A**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.199	2.252		-.088	.930
	Sistem Aplikasi Ewallet (X1)	.145	.063	.129	2.317	.023
	Kualitas Produk (X2)	.384	.055	.443	7.034	.000
	Lokasi (X3)	.481	.064	.452	7.484	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : SPSS Versi 25.0

Kesimpulan uji T dalam memperoleh data, yaitu :

Kolom T menggunakan uji t untuk membuktikan validitas asumsi yang terdapat. Maka kemudian mengimbangkan t_{hitung} yang didapatkan dengan t_{tabel} . Penelitian ini juga memiliki kriteria uji :

- 1) Bila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Bila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kolom T menggunakan uji t untuk Sistem Aplikasi E-wallet adalah 2,317, Kualitas Produk sebesar 7,034 dan Lokasi sebesar 7,484. Menentukan tabel distribusi normal T dan menetapkan ketentuan tes $(1 - \alpha)$ yaitu 95% dengan kegagalan (α) 5% dan ukuran dasar atau *degree of freedom* (df) (α) $100 - 2 = 98$, didapatkan distribusi tabel T sebesar 1,661. Sehingga T_{hitung} Sistem Aplikasi E-wallet, Kualitas Produk dan Lokasi $> T_{tabel}$ ($2,317 > 1,661$; $7,034 > 1,661$; $7,484 > 1,661$) berkesimpulan bahwa keadaan tersebut membuktikan H_0 ditolak dengan tingkat kesalahan 5%, H_0 diterima dengan tingkat kepercayaan 95%.

Diketahui bahwa nilai probabilitas Sistem Aplikasi E-wallet, Kualitas Produk dan Lokasi $< 0,05$ ($0,023 < 0,05$; $0,000 < 0,05$; $0,000 < 0,05$) dapat dilihat dari kolom signifikan, sehingga dapat diartikan H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan terjadi kedekatan positif dan signifikan antara Sistem Aplikasi E-wallet, Kualitas Produk dan Lokasi (X1, X2, X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Hasil Uji F

**TABEL 3. HASIL UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI F)
ANOVA^A**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3547.199	3	1182.400	151.379	.000 ^b
	Residual	749.841	96	7.811		
	Total	4297.040	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Sistem Aplikasi Ewallet (X1), Kualitas Produk (X2)

Sumber : SPSS Versi 25.0

Pada tabel di atas, nilai F_{hitung} sebanyak 151,379 dengan signifikan 0,000. Menetapkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , dilaksanakan penentuan F_{tabel} dengan menyelesaikan perhitungan $F_{tabel} = (k-1 ; n-k-1)$ melalui tingkat peluang 5%. K adalah total variabel bebas, variabel terikat, total sampel. N adalah jumlah responden kemudian didapatkan $(4-1 ; 100-4-1) = (3 ; 95)$ dan didapatkan F_{tabel} yaitu 2,70.

Agar lebih mudah dipahami, berikut cara menentukan F_{tabel} , yaitu :

$$Df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$Df2 = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$$

$$F_{tabel} = 3 ; 95 = 2,70$$

Penjelasan :

k = Total Variabel Independen dan Dependen

n = Total Responden

Dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($151,379 > 2,70$) dan nilai peluang $0,000 < 0,05$ maka kesimpulannya ialah H_0 ditolak dan H_a diterima yang mengartikan adanya pengaruh secara serentak antara Sistem Aplikasi E-wallet, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa hasil perhitungan nilai T_{hitung} bernilai $2,317 > 1,661$ dan signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$. Artinya pengaruh variabel sistem aplikasi e-wallet (X1) berhubungan kuat dengan keputusan pembelian. Pengaruh positif menunjukkan bahwa sistem aplikasi e-wallet mempengaruhi keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.

Hasil perhitungan nilai T_{hitung} bernilai $7,034 > 1,661$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Pengaruh variabel kualitas produk (X2) berhubungan kuat pada keputusan pembelian. Pengaruh positif membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.

Hasil perhitungan nilai T_{hitung} bernilai $7,484 > 1,661$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya pengaruh variabel lokasi (X3) berhubungan kuat dengan keputusan pembelian. Pengaruh positif menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan pembelian pada KFC Citra Raya.

Variabel sistem aplikasi e-wallet (X1), kualitas produk (X2) dan lokasi (X3) pada KFC Citra Raya berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian karena variabel X1, X2 dan X3 tersebut mempunyai nilai F_{hitung} bernilai $151,379 > F_{tabel} 2,70$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien determinasi 0,825.

Hal itu mengartikan bahwa, sistem aplikasi e-wallet, kualitas produk dan lokasi berkontribusi sebanyak 82,5% terhadap keputusan pembelian dan dalam penelitian ini sebanyak 17,5% sisanya dipengaruhi pada aspek berbeda yang tidak dapat dijelaskan.

REFERENSI

- Adhitya, W. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 213. <https://doi.org/10.30829/ajei.v6i2.768>
- Harman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137-160. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Para, R., Pujiarti, P., & Hernawan, E. (2020). Adaptation Of Disruption In Fast Food Companies In The New Normal Era. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 78. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.396>
- Parameswari, R. (2022). The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases. *Jurnal.Ubd.Ac.Id*, 20(2), 1–11.
- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer* (1 ed.). Alfabeta.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.