



## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN WARUNG SATE KLATAK**

**Melisa Nur Wasim**  
**18/430686/PT/07841**

### **INTISARI**

Sate klatak merupakan kuliner khas Yogyakarta yang termasuk warisan budaya tak benda. Agar dapat bersaing dan meningkatkan penjualan, warung sate klatak perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat makan. Penelitian ini bertujuan mengkaji faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan warung sate klatak dengan fokus pada variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Data dikumpulkan melalui survei dengan metode *accidental sampling* dan jumlah responden ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow. Hasil uji F menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan warung (F hitung 40,446 > F tabel 2,47; signifikansi 0,000 < 0,05). Uji t parsial juga mengungkapkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh signifikan secara individual dengan nilai t hitung di atas t tabel (1,985) dan signifikansi < 0,05. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 63% menunjukkan bahwa keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sementara 37% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Analisis regresi linear berganda memperlihatkan semua variabel berpengaruh positif, dengan harga menjadi faktor paling dominan (koefisien 0,267). Kesimpulannya, harga, kualitas produk, pelayanan, dan lokasi semuanya penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Namun, penetapan harga yang kompetitif menjadi strategi utama yang perlu diperhatikan pelaku usaha, disertai peningkatan kualitas produk, pelayanan yang baik, dan pemilihan lokasi strategis untuk menarik dan mempertahankan konsumen warung Sate Klatak di Yogyakarta.

(Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian)



## **FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO CHOOSE SATE KLATAK STALLS**

**Melisa Nur Wasim**  
**18/430686/PT/07841**

### **ABSTRACT**

Sate klatak is a traditional culinary specialty from Yogyakarta that is recognized as an intangible cultural heritage. To remain competitive and increase sales, sate klatak vendors need to understand the factors that influence consumers' decisions in choosing a place to eat. This study aims to examine the factors affecting the decision to choose a sate klatak stall, focusing on product quality, price, service quality, and location. Data were collected through a survey using accidental sampling, with the number of respondents determined by the Lemeshow formula. The F-test results indicate that these four factors together significantly influence the decision to choose a stall (F count 40,446 > F table 2.47; significance 0.000 < 0.05). Partial t-tests also reveal that each variable has a significant individual effect, with t-values above the table value (1.985) and significance below 0.05. The coefficient of determination (R Square) of 63% shows that consumer decisions can be explained by these four variables, while 37% are influenced by other factors outside this study. Multiple linear regression analysis shows all variables have a positive effect, with price being the most dominant factor (coefficient 0.267). In conclusion, price, product quality, service, and location are all important in influencing purchasing decisions. However, competitive pricing should be the main strategy for business owners, along with improving product quality, good service, and choosing a strategic location to attract and retain customers of Sate Klatak stalls in Yogyakarta.

(Keywords : Product Quality, Service Quality, Price, Location, Purchase Decision).