

**PENGARUH AKSESIBILITAS DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WISATA KULINER DI JALAN FLAMBOYAN KECAMATAN SARIO, KOTA MANADO**

*THE INFLUENCE OF ACCESSIBILITY AND PERCEIVED ENJOYMENT ON PURCHASING DECISIONS IN CULINARY TOURISM ON JALAN FLAMBOYAN, SARIO DISTRICT, MANADO CITY*

Oleh:

**Sundari Lestari Adil<sup>1</sup>**

**Woran Djemly<sup>2</sup>**

**Reitty L. Samadi<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

[sundariadil062@student.unsrat.ac.id](mailto:sundariadil062@student.unsrat.ac.id)

[worandjemly@unsrat.ac.id](mailto:worandjemly@unsrat.ac.id)

[rsamadi@unsrat.ac.id](mailto:rsamadi@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Metode penentuan sampel *accidental sampling* dengan rumus slovin. Teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada 98 responden dan diukur menggunakan skala likert. Model pengelolaan data yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linear berganda dari software SPSS versi 29. Hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar  $75.824 > 2,70$  dan tingkat signifikan yang diperoleh adalah  $0,01 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai t hitung sebesar  $3,074 > t$  tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,03 < 0,05$ . dan *Perceived Enjoyment* berpengaruh secara parsial Keputusan Pembelian dikarenakan nilai t hitung  $8.848 > t$  tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,01 < 0,05$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Kata Kunci:** Aksesibilitas, *Perceived Enjoyment*, Keputusan Pembelian

**Abstract:** The purpose of this research is to determine the influence of Accessibility and Perceived Enjoyment on Purchasing Decisions in Culinary Tourism on Jalan Flamboyan, Sario District, Manado City. This research uses an associative quantitative approach. Accidental Sampling sample determination method using the Slovin formula. The data collection technique was by distributing questionnaires to 98 respondents and measuring using a Likert scale. The data management model used to analyze the data is multiple linear regression from SPSS version 29 software. The F test results show the calculated F is  $75,824 > 2.70$  and the significance level obtained is  $0.01 < 0.05$ . This shows that Accessibility and Perceived Enjoyment are simultaneous and significant in purchasing decisions. So the results of the t test show that the Accessibility variable has a partial effect on Purchasing Decisions where the calculated t value is  $3.074 > t$  table 1.986 with a significance level of  $0.03 < 0.05$ . and Perceived Enjoyment partially influences Purchase Decisions due to the calculated t value of  $8.848 > t$  table 1.986 with a significance level of  $0.01 < 0.05$ . So  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.

**Keywords:** Accessibility, *Perceived Enjoyment*, Purchasing Decisions

## PENDAHULUAN

**Latar Belakang**

Indonesia mempunyai kuliner yang sangat beragam dan setiap daerah mempunyai keunikan masakannya masing-masing, menyajikan masakan lokal maupun internasional, sehingga menimbulkan daya tarik bagi konsumen yang datang ke wisata kuliner tertentu untuk mengeksplorasi serta mencicipi makanan baru maupun sebagai tempat bersantai. Seiring dengan semakin meningkatnya minat konsumen terhadap masakan kuliner. Oleh karena itu, pertumbuhan jumlah restoran, kafe, dan tempat wisata kuliner lainnya pun semakin meningkat. Di Indonesia terdapat banyak sekali destinasi wisata kuliner tak terkecuali di Kota Manado. Kota Manado adalah daerah yang terkenal dengan bermacam-macam budaya kuliner mulai dari seafood, makanan khas daerah Sulawesi Utara hingga makanan yang dikategorikan ekstrim oleh banyak orang.

Menurut Kedeputian Bidang Pengembangan Wisata Budaya Bidang Wisata Kuliner dan Belanja (2019). Dia menyatakan wisata kuliner adalah meliputi kunjungan ke suatu kegiatan kuliner atau menikmati masakan daerah, serta melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk menikmati makanan dan minuman. Destinasi wisata kuliner yang baik harus mampu menciptakan citra atau pengalaman yang positif seperti kemudahan mencapai tujuan lokasi wisata dengan sarana transportasi dan jarak yang singkat. Selain itu, dalam menentukan berbagai potensi kuliner suatu daerah, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, seperti: 1) harga yang terjangkau, 2) memiliki cita rasa khas, 3) bermerek, 4) kemasan lokal, 5) kualitas makanan itu sendiri, 6) harga dan porsi yang sesuai, 7) adanya fasilitas yang memadai. Sehingga memungkinkan konsumen melakukan aktivitas di lokasi wisata kuliner tersebut.

Wisata kuliner yang akhir-akhir ini sedang populer di kalangan masyarakat Kota Manado dan menjadi destinasi wisata kuliner yang banyak dikunjungi masyarakat khususnya anak muda yaitu Jalan Flamboyan yang terletak di Kecamatan Sario, Kota Manado. Jalan Flamboyan adalah tempat wisata kuliner terkenal yang menawarkan tidak hanya makanan unik tetapi juga atmosfer menarik bagi setiap orang yang datang ke sana. Pada malam hari, sepanjang bahu jalan terdapat sekitar 87 kios makanan yang dimiliki oleh pelaku UMKM dimana menjual berbagai jenis jajanan yang unik, enak, dan kekinian dengan harga terjangkau, layanan yang ramah, dan proses pembayaran yang mudah. Selain itu, terdapat kafe kopi sebagai tempat untuk berkumpul dan bersantai bersama teman. Beberapa di antaranya adalah *De Local*, *Especto Coffee*, *Black Cup Coffee Roaster*, *Halu Coffee*, *Beejie Coffee*, *Wacana Coffee*, dan *The Flamb Coffee*. Kedai-kedai ini memiliki desain dan suasana yang nyaman untuk semua pengunjung, sehingga menarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati makanan di Jalan Flamboyan.

**Tabel 1. Data Pengunjung Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado tahun 2024**

Keterangan	Jumlah
Total Kunjungan Per Hari	500-700 Orang
Total Kunjungan Per Minggu	3.900 Orang
Total Kunjungan Per Bulan	15.600 Orang
Total Kunjungan Per Tahun	+/- 187.200 Orang

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa, berdasarkan wawancara dengan pengelola Jalan Flamboyan yaitu Bapak Chandra, jumlah pengunjung per hari berkisar antara 500-700 orang. Konsumen pada umumnya akan mengikuti tren perkembangan sehingga pola perilaku, kebutuhan dan keinginan serta selera konsumen dapat berubah-ubah. Oleh karena itu, wisata kuliner harus memiliki keunggulan (keunikan) serta inovasi baru yang mana dapat memberikan pengalaman unik dan berbeda kepada konsumen, menyajikan makanan dan minuman yang menggoda selera, suasana tempat yang khas serta didukung oleh prasarana yang memadai sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Sofia et al, 2024). Dengan beragam kuliner (jajanan) yang unik, enak, dan kekinian yang ada di Jalan Flamboyan membuat konsumen merasakan kenikmatan dan kepuasan. Lokasinya yang mudah diakses karena terletak di pusat kota dan dekat dengan area kampus menciptakan daya tarik bagi konsumen terutama bagi kalangan anak muda. Harga makanan yang terjangkau juga menarik banyak pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga tidak heran ketika malam hari area kerap kali mengalami kemacetan akibat ramainya pengunjung yang datang ke Jalan Flamboyan.

Keputusan pembelian berkaitan dengan aksesibilitas dan *perceived enjoyment* karena sebelum membuat keputusan terhadap suatu produk, konsumen biasanya harus mempertimbangkan dan memperhitungkan



berbagai alternatif seperti kemudahan mencapai lokasi diantaranya informasi tentang bagaimana lokasi itu dapat diakses, serta keunggulan atau manfaat yang dirasakan sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian.

Aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai tujuan serta mempertimbangkan kenyamanan, keamanan dan waktu yang diperlukan (Nabila & Widiyastuti, 2018). Aksesibilitas menjadi faktor keberhasilan destinasi wisata yang setidaknya meliputi akses informasi dan akses jalan guna mempermudah konsumen untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Rokhayah dan Andriana, 2021). Aksesibilitas berkaitan dengan keputusan pembelian karena jika suatu lokasi wisata seperti kondisi jalan itu baik serta jarak dan waktu tempuh yang singkat dapat meningkatkan kenyamanan konsumen untuk mengunjungi tempat tersebut dan mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian. Adapun aksesibilitas di jalan flamboyan ini terbilang cukup strategis dan mudah dijangkau dimana jalan flamboyan berlokasi tepat di belakang sekolah SMA dan SMK Negeri 1 Manado.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa aksesibilitas di jalan flamboyan mudah dijangkau namun lokasinya sangat terbatas. Karena dengan banyaknya booth makanan dan minuman di sepanjang jalan yang menjual berbagai jajanan kuliner membuat konsumen tertarik datang ke lokasi wisata kuliner ini karena mereka ingin menikmati suasana dan makanan yang enak. Akibatnya, arus lalu lintas di jalan flamboyan menjadi padat pengunjung dan tidak ada lahan parkir yang cukup membuat kendaraan parkir secara sembarangan dan menyebabkan kemacetan di sepanjang jalan sehingga konsumen khususnya pejalan kaki merasakan ketidaknyamanan akan keadaan tersebut.

Menurut Puspitasari dan Briliana (2017), *perceived enjoyment* adalah saat konsumen dapat menikmati dan merasa bahagia ketika mendapatkan apa yang diharapkannya. Jalan Flamboyan menjadi tempat wisata kuliner yang tepat bagi semua kalangan karena makanan dan minuman kekinian yang ditawarkan serta menjadi tempat bersantai sambil menikmati kopi sehingga membuat pelanggan senang dan merasakan kepuasan. *Perceived enjoyment* merupakan bagian dari motivasi intristik yang bersumber dalam diri, dimana saat konsumen yang berkunjung ke suatu destinasi wisata kuliner mendapatkan pengalaman yang positif dan menyenangkan maka akan mendorong seseorang untuk melakukan pembelian (Monica & Japariato, 2022). Konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan pembelian apabila ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhinya, maka konsumen akan melakukan pertimbangan kembali dalam keputusan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang, oleh karena itu peneliti mengambil substansi meneliti tentang “**Pengaruh Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* terhadap Keputusan Pembelian**, penelitian ini dilakukan **pada Wisata Kuliner Di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado**”.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas dan *perceived enjoyment* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado
2. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas secara parsial terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived enjoyment* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2021:29) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu dan seni memilih pasartujuan, mendapatkan, menarik minat pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul.

#### Keputusan Pembelian

Menurut Rumajar et al., (2022), Keputusan pembelian adalah proses perilaku konsumen dimana konsumen memutuskan melakukan pembelian dan menggunakan barang atau jasa. Pengambilan keputusan oleh konsumen merupakan bagian dari pemecahan masalah. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut: 1) pilihan produk, 2) pilihan merk, 3) pilihan penyalur, 4) waktu pembelian, 5) jumlah pembelian, 6) metode pembayaran.

Keputusan pembelian penting untuk mengetahui sejauh mana konsumen memperoleh kepuasan akan produk yang dibelinya, sehingga produsen harus memahami preferensi konsumen. Selain itu, keputusan pembelian dapat membantu produsen dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk segmentasi pasar dan penargetan potensial konsumen.

### Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah keterjangkauan ukuran seberapa mudah sebuah lokasi dijangkau melalui sistem transportasi juga aksesibilitas mencakup kemudahan, biaya, dan usaha yang diperlukan untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain (Prawira & Pranitasari, 2020). Adapun indikator aksesibilitas yaitu: 1). Transportasi (arus lalu lintas) yaitu pergerakan kendaraan atau pejalan kaki sepanjang jalur atau jaringan tertentu dan 2). Jarak (akses menuju tujuan) mengacu pada jarak fisik antara dua lokasi, yang merupakan faktor penting dalam menentukan waktu perjalanan, biaya, dan efisiensi sistem transportasi secara keseluruhan. Aksesibilitas yang mudah dan efektif dapat meningkatkan kesenangan dan kenikmatan saat melakukan pembelian pada wisata kuliner.

### Perceived Enjoyment

Menurut Hasudungan Sinaga et al., (2022), *perceived enjoyment* merupakan kesenangan yang dapat dilihat sebagai persepsi yang muncul dari perasaan yang dialami ketika seseorang terlibat penuh dalam suatu aktivitas. Jika konsumen merasa puas dengan harapan mereka yang telah terpenuhi, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian. Menurut Venkatesh & Davis (2000) menyatakan ada tiga cara untuk mengatur seberapa puas konsumen: 1). Kenyamanan, yaitu gagasan untuk mengurangi jumlah waktu dan tenaga yang diperlukan pelanggan dalam memilih dan membeli sesuatu. 2). Kepuasan konsumen atau perasaan yang didapat setelah melakukan pembelian. 3). Kepuasan Keadaan yang secara efektif mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian lebih lanjut

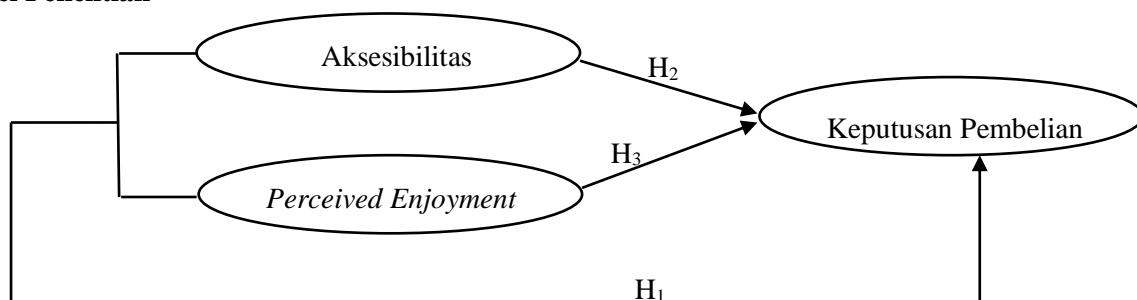
### Penelitian Terdahulu

Penelitian Karundeng, Soegoto dan Arie (2021) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas pada masa pandemi Covid-19. Hasil uji secara simultan diperoleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas, dan hasil uji secara parsial diperoleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas, sedangkan Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas.

Penelitian Sofia et al (2024) bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas dan Media Sosial terhadap keputusan untuk mengunjungi Kota Batu. Teknik analisis data yang digunakan adalah linier berganda analisis regresi dengan program IBM SPSS Statistic 23. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Daya Tarik, Aksesibilitas dan Media Sosial secara simultan mempengaruhi keputusan untuk berkunjung. Secara parsial Daya Tarik, Aksesibilitas dan Media Sosial tidak berpengaruh keputusan untuk berkunjung.

Penelitian Lengkong, Ogi dan Kawet (2024) bertujuan untuk menganalisis Habit, Atribut Produk, dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Purchase Intention* dalam game mobile legend Bang-Bang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Enjoyment* mempunyai hubungan searah tetapi tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*.

### Model Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Sumber: Kajian Teori (2024)

**Hipotesis Penelitian**

H<sub>1</sub> : Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

H<sub>2</sub> : Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H<sub>3</sub> : *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

**METODE PENELITIAN****Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode penelitian asosiatif. Pendekatan asosiatif melibatkan analisis statistik dan angka untuk menggambarkan dan memeriksa hipotesis. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel, baik dua atau lebih (Darwin et al., 2021).

**Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi merupakan suatu ruang lingkup yang luas yang mencakup objek atau subjek tertentu yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado dengan jumlah total mahasiswa 2.980 orang. Menurut Darwin et al (2021), sampel merupakan sebuah bagian yang menjadi fokus penelitian dengan mengambil beberapa bagian dari populasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin. Sampel yang diperlukan dalam penelitian ini sebesar 98 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*.

**Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini diperlukan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang akan dijadikan sampel penelitian yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado yang pernah berkunjung serta melakukan pembelian di Jalan Flamboyan Kecamatan Sario Kota Manado dengan menggunakan *google form* dan wawancara dengan pengelola Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado.

**Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mencapai tujuan penelitian penulis, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi membagikan kuesioner penelitian serta wawancara bersama dengan pengelola jalan flamboyan sebagai tambahan informasi dalam penelitian ini.

**Teknik Analisis Data**

Karena penelitian ini bersifat kuantitatif, data dari responden yang menyelesaikan kuesioner diberi kode menggunakan skala likert 1-5, dan perangkat lunak SPSS digunakan untuk membuat tabulasinya. Data yang diperoleh akan dianalisis secara bertahap dan menggunakan alat instrumen penelitian

**Uji Validitas**

Uji Validitas dipergunakan dalam mengevaluasi keabsahan sah atau tidaknya suatu angket/kuesioner. Validitas kuesioner merujuk pada kemampuannya untuk secara akurat yang ingin diukur.

**Uji Reabilitas**

Sebuah kuesioner dapat reliabel jika sebuah jawaban dari para responden terdapat konsistensi waktu ke waktu, sehingga hasilnya bisa dibandingkan dengan orang lain, maka dibutuhkan uji realibilitas untuk mengetahuinya.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Darwin et al, (2021), bahwa model analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi atau mengevaluasi sebuah hubungan yang akan diasumsikan diantara variabel dependen/terikat dengan beberapa variabel independent/bebas. Bentuk umum regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$



**Keterangan:**

Y : Variabel terikat/dependen

a : Konstanta

 $b_1, b_2, \dots, b_n$  : Koefisien regresi untuk variabel bebas 1 dan 2 $X_1, X_2, \dots, X_n$ : Variabel bebas/independen

e : error (diasumsikan nilai 0)

**Uji Asumsi Klasik***Uji Normalitas*

Menurut Priyanto (2022), Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak.

*Uji Multikolineritas*

Menurut Priyanto (2022), multikolineritas terjadi ketika ada hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi,

*Uji Heteroskedastisitas*

Menurut Priyanto (2022), heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain .

**Pengujian Hipotesis***Uji Simultan (Uji F)*

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05. Uji Parsial

*Uji Parsial (Uji t)*

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk menilai apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05.

*Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )*

Ghozali (2018:97) uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Hasil Uji Validitas dan Reabilitas****Tabel 2. Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Aksesibilitas ( $X_1$ )	X1.1	0,807	0,198	Valid
	X1.2	0,698	0,198	Valid
	X1.3	0,850	0,198	Valid
	X1.4	0,778	0,198	Valid
Perceived Enjoyment ( $X_2$ )	X2.1	0,613	0,198	Valid
	X2.2	0,550	0,198	Valid
	X2.3	0,615	0,198	Valid
	X2.4	0,677	0,198	Valid
	X2.5	0,474	0,198	Valid
	X2.6	0,620	0,198	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,734	0,198	Valid
	Y1.2	0,523	0,198	Valid
	Y1.3	0,570	0,198	Valid
	Y1.4	0,618	0,198	Valid
	Y1.5	0,534	0,198	Valid
	Y1.6	0,681	0,198	Valid
	Y1.7	0,659	0,198	Valid
	Y1.8	0,646	0,198	Valid
	Y1.9	0,728	0,198	Valid
	Y.10	0,767	0,198	Valid
	Y1.11	0,780	0,198	Valid
	Y1.12	0,503	0,198	Valid

Sumber: Olah Data SPSS 29, (2024)

Berdasarkan tabel semua butir pertanyaan yang berhubungan dengan ketiga variabel yaitu Aksesibilitas, *Perceived Enjoyment* dan Keputusan Pembelian dikatakan valid karena seluruh instrumen penelitian memiliki nilai r hitung > daripada r tabel, sehingga semua butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

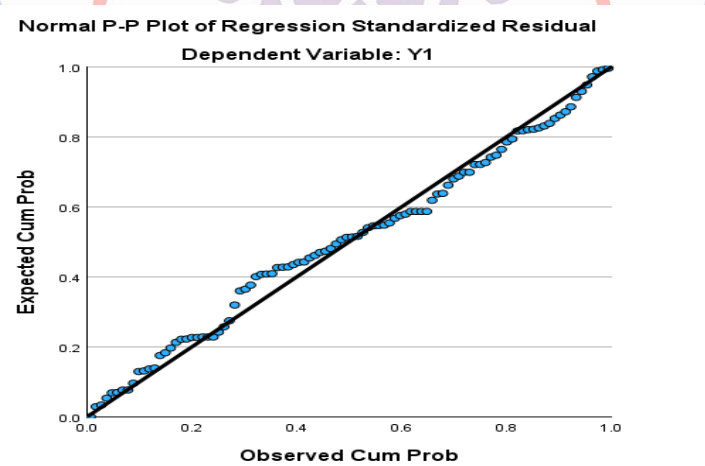
Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Aksesibilitas (X <sub>1</sub> )	0,783	Reliable
<i>Perceived Enjoyment</i> (X <sub>2</sub> )	0,621	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,871	Reliable

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hasil uji reabilitas menunjukkan nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 ( > 0,60). Oleh karena itu, setiap pernyataan dalam kuesioner dapat dianggap *reliabel* atau dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas  
(Sumber: Data Olahan SPSS 29, 2024)

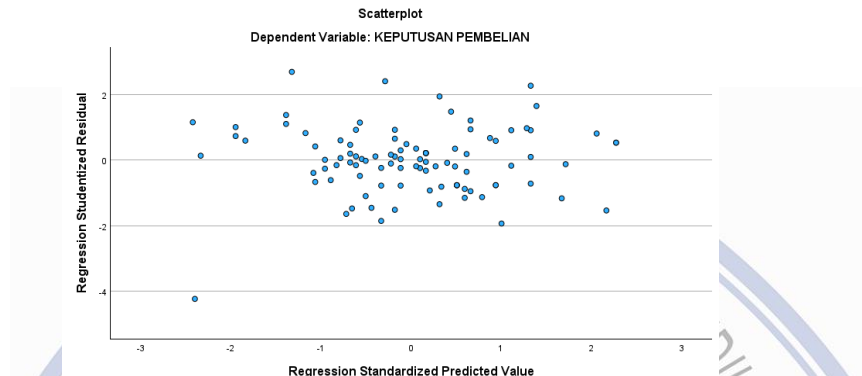
Gambar 2 menunjukkan hasil pengujian bahwa variabel memiliki distribusi normal. Bentuk distribusi data yang simetris yang menyerupai pola lonceng menunjukkan bahwa distribusi data variabel adalah normal.

**Hasil Uji Multikolinieritas****Tabel 4. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Aksesibilitas	0,756	1.323	Non Multikolinieritas
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,756	1.323	Non Multikolinieritas

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel X yaitu Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* memiliki nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 0,10, maka bisa dikatakan tidak ada gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas****Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Dari hasil pengujian yang terlihat dalam gambar diatas, dilihat bahwa titik-titik tersebut secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas. Selain itu, penyebaran titik-titik data terjadi diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

**Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis****Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.692	3.169		1.165
	Aksesibilitas ( $X_1$ )	.505	.164	.225	3.074
	<i>Perceived Enjoyment</i> ( $X_2$ )	1.309	.148	.648	8.848

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Dari hasil ini diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut :

$$Y = 3.692 + 0,505 X_1 + 1.309 X_2 + 3.169$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

- Konstanta ( $\beta_0$ ) = 3.692 ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, bahwa jika Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* nilainya 0 maka Keputusan Pembelian sebesar 3.692
- Koefisien ( $\beta_1$ ) = 0.505 ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, bahwa jika Aksesibilitas ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0.505 satuan.
- Koefisien ( $\beta_2$ ) = 1.309 ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, bahwa jika *Perceived Enjoyment* ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 1.309 satuan.



**Hasil Uji F****Tabel 6. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2123.552	2	1061.776	75.824	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1330.295	95	14.003		
	Total	3453.847	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Perceived Enjoyment*, Aksesibilitas

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan tabel 6 diatas, nilai F hitung yang diperoleh adalah  $75.824 > 2,70$  dan tingkat signifikan yang diperoleh adalah  $0,01 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan *perceived enjoyment* secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner di Jalan Flamboyan. Kecamatan Sario, Kota Manado.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Hasil Uji t****Tabel 7. Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.692	3.169		1.165	.247
	Aksesibilitas ( <i>X</i> <sub>1</sub> )	.505	.164	.225	3.074	.003
	<i>Perceived Enjoyment</i> ( <i>X</i> <sub>2</sub> )	1.309	.148	.648	8.848	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aksesibilitas ( $X_1$ )

Variabel aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dikarenakan nilai t hitung  $3,074 > t$  tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,03 < 0,05$ . Artinya aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada wisata kuliner di Jalan Flamboyan. Kecamatan Sario, Kota Manado. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang menyatakan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima atau terbukti.

2. *Perceived enjoyment* ( $X_2$ )

Variabel *perceived enjoyment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dikarenakan nilai t hitung  $8.848 > t$  tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,01 < 0,05$ . Artinya *perceived enjoyment* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada wisata kuliner di Jalan Flamboyan. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 2 ( $H_2$ ) yang menyatakan *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima atau terbukti.

**Uji Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 8. Hasil Uji (R) dan ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.607	3.742

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,784 ini menunjukkan hubungan yang kuat antara aksesibilitas dan *perceived enjoyment* terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,615. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas ( $X_1$ ) dan *perceived enjoyment* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian berpengaruh sebesar 61,5% dan sisanya 38,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Aksesibilitas dan *Perceived Enjoyment* terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan *perceived enjoyment* berpengaruh secara stimultan terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado. Aksesibilitas dan *perceived enjoyment* sangat penting dan perlu diperhatikan karena berkaitan dengan perilaku konsumen. Aksesibilitas yang mudah diakses ditambah dengan pengalaman yang menyenangkan tidak hanya memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan mereka.

Di era modern ini, konsumen menginginkan sesuatu yang mudah, cepat, dan dapat memberikan kesenangan dan kenyamanan. Oleh karena itu, demi pengembangan wisata kuliner yang lebih baik perlu ada inovasi dalam hal sarana prasana menuju tujuan lokasi wisata, menyediakan makanan dan minuman yang enak dan kekinian untuk memenuhi selera, kebutuhan dan keinginan konsumen serta suasana yang menarik agar konsumen merasakan pengalaman yang menyenangkan dan merasakan kesenangan sehingga dapat mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian pada wisata kuliner tersebut.

### **Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Adapun indikator-indikator untuk mengukur variabel aksesibilitas adalah transportasi (arus lalu lintas) dan jarak (akses menuju tujuan). Hasil pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado merupakan lokasi wisata yang banyak dikunjungi oleh konsumen karena menawarkan berbagai macam kuliner sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk datang ke lokasi ini. Selain itu, aksesibilitas pada lokasi ini strategis karena berdekatan dengan sekolah yang terkenal di Kota Manado serta jaraknya yang singkat dan berdekatan dengan kampus Universitas Sam Ratulangi sehingga hal inilah yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk datang berkunjung ke Jalan Flamboyan karena akses yang mudah dapat mendorong niat konsumen untuk melakukan pembelian

### **Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Adapun indikator-indikator untuk mengukur *perceived enjoyment* adalah kenyamanan, kepuasan konsumen, dan kepuasan keadaan. Kunci dalam mendapatkan kenyamanan bagi pengunjung adalah memberikan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dapat memudahkan pengunjung melakukan transaksi pembelian. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado menawarkan berbagai macam kuliner serta kemudahan dalam transaksi pembayaran baik secara langsung maupun menggunakan aplikasi Qris. Selain itu, dengan keadaan sekitar jalan flamboyan yang dipenuhi café-café yang estetik dan hangat bagi semua pengunjung membuat konsumen senang serta merasakan kepuasan yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada lokasi wisata kuliner ini. Oleh karena konsumen merasakan kenikmatan serta kepuasan ketika berkunjung di jalan Flamboyan sehingga membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian

## **PENUTUP**

## **Kesimpulan**

1. Aksesibilitas dan *perceived enjoyment* secara stimultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado
2. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado
3. *Perceived Enjoyment* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Wisata Kuliner di Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado

## **Saran**

1. Bagi Pengelola Jalan:  
Agar kiranya dapat memperhatikan berbagai faktor yang berkaitan dengan aksesibilitas dan *perceived enjoyment* seperti tempat untuk parkir kendaraan, sarana prasarana seperti toilet umum demi kenyamanan dari konsumen atau pengunjung yang datang di lokasi Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado serta demi pengembangan wisata kuliner yang lebih baik
2. Bagi Pelaku UMKM

- Kiranya dapat menjaga kebersihan dan ketertiban untuk menetapkan stand booth nya pada tempat yang tepat agar tidak mengganggu kenyamanan kendaraan yang lewat serta konsumen yang datang ke lokasi jalan Jalan Flamboyan, Kecamatan Sario, Kota Manado
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan dan membahas faktor lain untuk digunakan pada tempat dan lokasi penelitian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darwin, et al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia, Bandung
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 9(4), Hal. 702-711. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36506>
- Kedeputan Bidang Pengembangan Wisata Budaya Bidang Wisata Kuliner dan Belanja. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. <https://jurnal.uns.ac.id/jdk/article/view/69452>
- Kotler dan Keller, (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.
- Lengkong, A. R., Ogi, I. W., & Kawet, R. (2024). Pengaruh Habit, Atribut Produk Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Purchase Intention Virtual Goods* Dalam Game Mobile Legend: Bang Bang Pada Jemaat Gmim Exodus Paniki Dua. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 730-738. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/53601>
- Monica, F., & Japariato, E. (2022). Analisa Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan Melalui *Perceived Enjoyment* Terhadap *Behavior Intention* Pada *Digital Payment*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9-15. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/24440>
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongkok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*, Volume 7(2), 260722. <https://www.academia.edu/download/76328168/6565656572.pdf>
- Prawira, S. A., & Pranitasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15. <https://repository.stei.ac.id/id/eprint/1195>
- Priyanto, D. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear dengan SPSS Dan Analisis Data Panel Dengan Eviews*, Yogyakarta: Cahaya Harapan
- Puspitasari, I., & Briliana, V. 2017. Pengaruh *Perceived Ease-Of-Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust* dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 19, No. 2, Desember 2017, Hal 171-182. <https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/view/1074>
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>



- Rumajar, M. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 266. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41960>
- Sinaga, R. P., P. Tobing, R., & Larasati, N. (2022). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Usage Decision* Konsumen Pada Shopee Tanam. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 509–524. <https://www.melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/188>
- Sofia, H., Basalamah, M. R., & Dianawati, E. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kota Batu. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, Volume 13(01), Hal. 707-714. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24064>
- Venkatesh, V. and Davis, F.D. (2000). "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*. 46(2). (2000). <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

