

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Deska Elektronik Riau

Belvin, Syaputra¹, Salfadri¹, Sunreni¹

¹Universitas Ekasakti, Indonesia

 belvinsyaputri@gmail.com*

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui 1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 4. Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersamaan terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Deska elektronik sebanyak 5000 orang pada tahun 2022. Sampel penelitian menggunakan teknik non probability sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 357 orang. Data penelitian menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan pengujian uji hipotesis dilakukan yaitu (uji t dan uji F). Hasil analisis menunjukkan bahwa 1. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 3. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. 4. Harga, Kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. kontribusi Harga, Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 60,7% sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Article Information:

Received Juni 15, 2024

Revised Agustus 28, 2024

Accepted September 9, 2024

Keywords: *Harga, kualitas pelayanan, lokasi, keputusan pembelian*

PENDAHULUAN

Barang-barang elektronik telah menjadi bagian dan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Maraknya permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat, dari mulai bisnis pembuatan barang elektronik, toko elektronik, bisnis jasa reparasi elektronik, sampai bisnis kredit elektronik (Tjiptono, 2016). s

How to cite:

Syaputra, B. Salfadri. Sunreni. (2024). Analisa Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Deska Elektronik Riau. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 278-291.

E-ISSN:

3046-8655

Published by:

The Institute for Research and Community Service

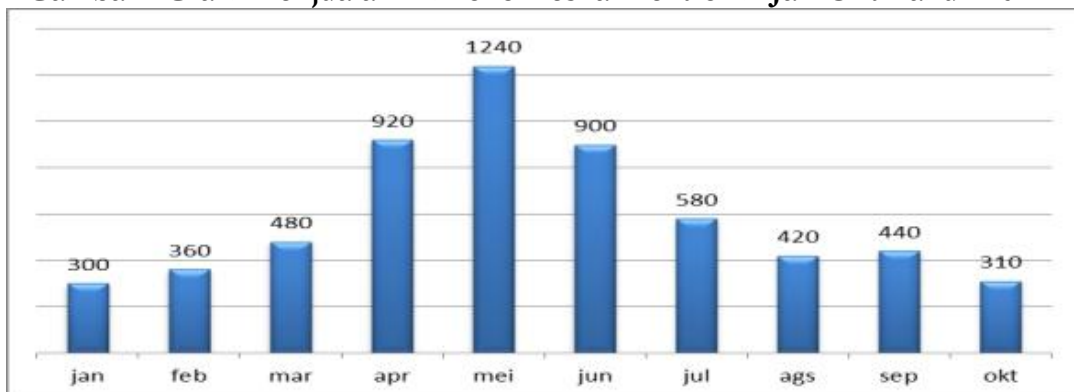
Banyaknya bisnis elektronik yang bermunculan saat ini, karena kebutuhan masyarakat akan barang elektronik juga semakin meningkat. Bisnis elektronik memiliki prospek bisnis yang sangat cerah, karena saat ini perkembangan teknologi sangat pesat dan masyarakat pun memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk mempermudah pekerjaan mereka, salah satunya dengan menggunakan produk-produk elektronik. Tingginya minat dan daya beli konsumen akan barang elektronik, memberikan keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis elektronik.

Toko Deska Elektronik adalah salah satu toko yang berdiri di sejak tahun 2006 sampai sekarang yang menjual berbagai barang elektronik, dengan semakin berkembangnya toko ini, maka diperlukan suatu pengelolaan manajemen sebuah toko yang baik. Untuk mengantisipasi hal tersebut diperlukan suatu peningkatan mutu dan pelayan. Keadaan ekonomi suatu daerah akan mempengaruhi pendapatan suatu toko dalam situasi lingkungan yang tidak stabil. Manajemen toko harus menciptakan organisasi yang dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para konsumen dan dalam saat yang bersamaan dapat pula bersaing secara efektif dalam konteks lokal, regional bahkan dalam konteks global. Maka dari itu diterapkan suatu sistem yang dapat memecahkan permasalahan yang ada yang diharapkan dapat menjawab kebutuhan informasi yang tepat guna untuk tercapainya tujuan dari Toko Deska elektronik.

Pengambilan keputusan pembelian mempengaruhi kemampuan toko menarik pembeli dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar toko. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, yang membedakan adalah dalam proses pengambilan keputusan tersebut diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup. Menurut Kotler dan Armstrong (2017: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Berikut data penjualan di Toko Deska Elektronik Benai, Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau Pada Bulan Januari-Oktober 2022.

Gambar 1 Grafik Penjualan Di Toko Deska Elektronik Jan-Okt Tahun 2022



Berdasarkan gambar 1 diatas dapat terlihat bahwa penjualan setiap produk di tidak menentu atau stabil. Terkadang mengalami penurunan dan kenaikan dari bulan ke bulan, seperti dari bulan januari sampai mei mengalami kenaikan, karena bulan april dan mei adalah bulan ramadhan dan hari raya idul fitri tahun 2022, ketika mei sampai oktober kembali mengalami penurunan dan pendapatan toko pada setiap barang pun tidak stabil setiap bulannya. Penjualan akan sedikit ramai ketika hari-hari besar seperti bulan puasa, hari raya, tahun baru dan sebagainya. Selain itu, untuk mendapatkan informasi lebih lengkap, peneliti melakukan wawancara kepada pembeli toko deska elektronik, hasil wawancara yang peneliti peroleh, bahwa penurunan jumlah pembeli disebabkan karena minat beli konsumen menurun karena sudah banyaknya memiliki barang elektronik dirumah masing-masing atau sudah lengkap. Apabila ada barang yang rusak atau kebutuhan yang lain seperti acara-acara dan

membutuhkan barang-barang elektronik, baru lah di beli lagi sesuai kebutuhannya. Untuk memperkuat data di atas penulis melakukan pra survey kepada 10 orang konsumen dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan awal tentang keputusan pembelian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1 Pra Survei mengenai variabel keputusan pembelian pada toko deska elektronik 2022

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah harga produk di toko deska elektronik merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan pembelian ?	10	100%	0	0%
2	Apakah lokasi toko deska elektronik merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan pembelian ?	8	80%	2	20%
3	Apakah kualitas pelayanan produk di toko deska elektronik merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan pembelian ?	9	90%	1	10%

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa toko deska elektronik, memiliki harga yang mahal, pelayanan yang kurang dan lokasi yang kurang luas. Menurut hasil wawancara kepada beberapa konsumen tentang perbandingan toko deska elektronik dengan toko elektronik disekitarnya, toko elektronik lainnya memiliki harga yang sangat sesuai atau lebih murah dari toko deska elektronik, dan toko elektronik lainnya juga memiliki pelayanan yang baik dan lokasi yang luas. Adapun perbandingan harga barang di toko deska elektronik dengan para pesaingnya di dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 2 Perbandingan harga produk di Deska elektronik, Benai elektronik dan Rendi serba murah 2022

No	Produk	Harga			
		Deska Elektronik	Benai Elektronik	Rendi Murah	
1	Tv Politron 32t7511	Rp 3.650.000,00	Rp 3.500.000,00	Rp 3.600.000,00	
2	Kompore Rinnai 522e	Rp 450.000,00	Rp 430.000,00	Rp 420.000,00	
3	Speaker Polytron 145	Rp 3.100.000,00	Rp 3.000.000,00	Rp 2.950.000,00	
4	Kipas Angin 1227	Rp 240.000,00	Rp 210.000,00	Rp 200.000,00	
5	Kulkas Sharp 209	Rp 3.100.000,00	Rp 3.000.000,00	Rp 2.700.000,00	
6	Mesin Cuci Sharp	Rp 2.150.000,00	Rp 2.000.000,00	Rp 2.100.000,00	

Berdasarkan tabel 2 banyak sekali keragaman produk yang ada di toko deska elektronik, benai elektronik dan rendi serba murah. Dapat dilihat perbedaan untuk toko deska elektronik, benai elektronik dan rendi serba murah barangnya hampir sama namun ada beberapa barang dan produk yang harganya lebih murah dibandingkan toko deska elektronik. Sehingga konsumen yang awalnya ingin membeli di toko deska elektronik beralih ketempat lain. Sehingga toko deska

elektronik kurang diminati oleh warga sekitar. Menurut Philip kotler penetapan satu tingkat harga bagi semua pembeli pada dasarnya merupakan gagasan yang *relative modern* yang didorong oleh berkembangnya perdagangan skala besar pada akhir abad ke-19, dan umumnya disebabkan karena banyaknya jenis barang dan pegawai toko yang harus diawasi. Selain harga telah beralih menjadi relative lebih penting dalam proses pembelian. Walaupun demikian, masalah harga jual masih merupakan salah satu unsur paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Adapun hasil prasarvei mengenai variabel harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Pra Survei mengenai variabel harga barang pada toko deska elektronik 2022

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah harga produk yang ditawarkan oleh toko deska elektronik relatif terjangkau dari harga toko lain?	1	10%	9	90%
2	Apakah harga produk elektronik sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan penjual?	6	60%	4	40%
3	Apakah harga produk elektronik di toko deska elektronik cukup bersaing bila dibandingkan dengan produk lain yang sama harganya?	4	40%	6	60%

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen mempertimbangkan harga dalam melakukan keputusan pembelian di toko deska elektronik, rata-rata konsumen menyatakan bahwa harga barang yang tersedia di toko deska elektronik dinilai masih belum terjangkau, selain itu dalam persaingan dengan toko lainnya, toko deska elektronik menjual harga yang relatif lebih mahal yang tentunya menyebabkan keputusan pembelian konsumen terhadap toko deska elektronik mengalami penurunan. Faktor selanjutnya yang dinilai penting terhadap keputusan pembelian adalah pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Adapun hasil pra survei mengenai variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Pra Survei mengenai variabel kualitas pelayanan pada toko deska elektronik 2022

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah pelayanan di Toko Deska Elektronik terkesan cepat dan berbeda dari toko lainnya?	1	10%	9	90%
2	Apakah kemampuan karyawan berkomunikasi dengan kosumen baik?	6	60%	4	40%
3	Apakah karyawan di toko deska elektronik ramah kepada para pelanggan?	8	80%	2	20%

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen menyatakan pelayanan di toko deska elektronik terkesan lambat dan biasa saja seperti toko lainnya, padahal toko deska elektronik tergolong memiliki harga yang lebih mahal. Ini terbukti pada saat peneliti melakukan kunjungan di deska elektronik melihat langsung pelayanan yang di berikan kepada konsumen. Selain kualitas pelayanan lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut Tjiptono (2018:106) “lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya, keberadaan lokasi yang mudah dijangkau akan menjadi pertimbangan dan factor pendorong seorang konsumen untuk membeli. Hasil pra survei mengenai variabel lokasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5 Pra Survei mengenai variabel lokasi toko deska elektronik 2022

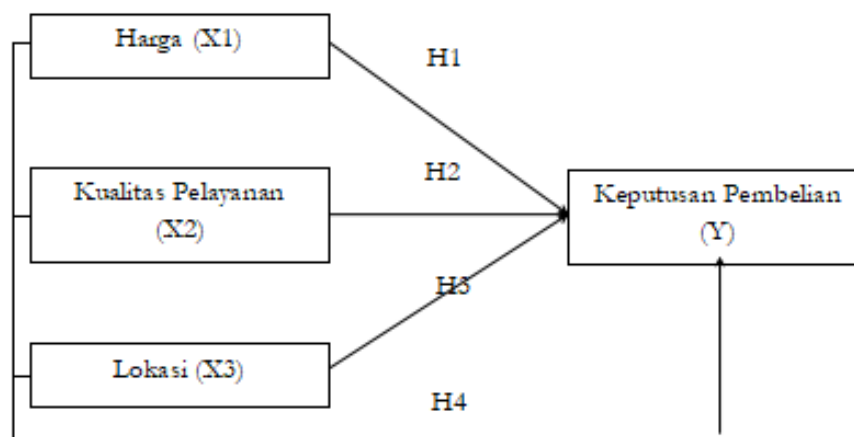
No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah lokasi toko deska elektronik dekat dengan karamaian?	8	80%	2	20%
2	Apakah lokasi toko deska elektronik berada di tempat yang strategis?	6	60%	4	40%
3	Apakah merasa aman dan nyaman dengan lokasi di toko deska elektronik?	2	20%	8	80%

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen menyatakan lokasi toko deska elektronik cukup strategis, terletak di tepi jalan lintas sumatera di kota. Terletak di tengah kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Toko juga harus memperhatikan lokasi yang baik dan tentunya strategis. Persepsi yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan lokasi yang dekat dengan fasilitas transportasi serta mudah ditemukan atau mudah dicapai akan berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata konsumen. Namun konsumen menyayangkan lahan parkir di toko deska elektronik kurang begitu luas, sehingga kendaraan roda 4 konsumen tidak bisa diparkirkan di lahan parkir toko tersebut, namun untuk kendaraan roda 2 dapat dengan mudah diparkirkan. Tjiptono (2016) menyatakan bahwa lokasi adalah distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Sedangkan Menurut Lopiyoadi (2013:96) berpendapat bahwa lokasi (berhubungan dengan sistem penyampaian) dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi.

Penelitian tentang ini telah banyak dilakukan oleh peneliti tedahulu seperti Cristiani D (2018) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas layanan, kualitas produk dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian. Sedangkan penelitian Hasbiyadi (2017) dimana hasil penelitiannya Bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uraian latar belakang yang telah penulis jelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa, harga, kualitas pelayanan dan lokasi merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan berjudul Analisa Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Deska Elektronik Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ini. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian? pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau?. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau?. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau?. Apakah harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau?. Dari latar belakang, teori dan rumusan masalah diatas maka dapat di gambarkan kerangka konseptual sebagai berikut.

Gambar 2 kerangka konseptual



Keterangan Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di uji dengan menggunakan uji statistik t. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di uji dengan menggunakan uji statistik t. Secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di uji dengan menggunakan uji statistik t. Secara serentak harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di uji menggunakan uji statistik F. Dari gambar 2.2 di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai beriku. Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Deska Elektronik. H2 diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Deska Elektronik. H3 diduga Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Deska Elektronik. H4 diduga Secara Simultan Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Deska Elektronik.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada Toko Deska Elektronik, Kabupaten Kuansing, RIAU di Jl. Soekarno Hatta No 50 - Benai. Penelitian ini dimulai Pada bulan Desember 2022 sampai dengan selesai. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen toko deska elektronik. Teknik pengumpulan data menggunakan riset kepustakaan dan riset lapangan (Hafizi et al., 2022; Nadhirah et al., 2023; Arifin et

al., 2024; Engkizar et al., 2024). Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian metode yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disampaikan. Sumber data yang di peroleh langsung dari sumber objek penelitian. Sumber data primer dan sekunder adalah penyebaran kuesioner kepada responden tentang pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden atau konsumen Toko Deska Elektronik. Teknik Pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode *non probability* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Krejcie dan Morgan telah mengembangkan rumus menjadi sebuah tabel yang siap dipakai. Jadi, jika jumlah N 5000 orang, maka sampel yang dibutuhkan adalah 357. Sugiono mengemukakan cara menentukan ukuran sampel yang sangat praktis, yaitu dengan tabel Krejcie. Dengan cara tersebut tidak perlu dilakukan perhitungan yang rumit. Krejcie dalam melakukan perhitungan sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi (Sugiyono, 2001). Uji instrument penelitian menggunakan uji validitasi dan reabilitas. Metode analisis data yaitu : analisi regresi linear berganda, determinasi r^2 . Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_i) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y) yaitu keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis deskriptif variabel penelitian

Harga

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel harga dengan menggunakan indikator Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas, Kesesuaian Harga Dan Daya Bersaing, serta Kesesuaian Harga Dan Manfaat pada 357 responden, rata-rata responden cenderung setuju terhadap aspek-aspek tersebut. Skor tertinggi terdapat pada dimensi Kesesuaian Harga Dan Daya Bersaing dengan nilai 4297, sementara skor terendah terdapat pada Keterjangkauan Harga dengan nilai 4148.

Kualitas pelayanan

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kualitas pelayanan dengan menggunakan indikator yang terdiri dari berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), serta empati (empathy) terhadap 357 responden, ditemukan bahwa rata-rata responden cenderung menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Skor tertinggi diperoleh pada dimensi "Jaminan dan Kepastian" dengan nilai sebesar 4260, menunjukkan bahwa responden mengakui tingkat kepercayaan, pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan dalam memberikan pelayanan. Sementara itu, skor terendah terdapat pada dimensi "Ketanggapan" dengan nilai 4130, mengindikasikan bahwa pihak deska elektronik perlu meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam merespon kebutuhan pelanggan.

Lokasi

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor tertinggi diperoleh oleh Aksesibilitas dengan nilai 4250, menunjukkan tingginya preferensi pelanggan terhadap lokasi yang mudah dijangkau melalui sarana transportasi umum. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada Lingkungan dengan nilai 4151, menandakan bahwa

responden memberikan penilaian relatif rendah terhadap pentingnya lingkungan sekitar dalam memilih tempat usaha.

Keputusan pembelian

Hasil analisis deskriptif menunjukkan skor tertinggi diperoleh pada variabel "Pilihan merek" dengan skor sebesar 4202, sementara skor terendah tercatat pada variabel "Pilihan penyalur" dengan skor 4104. Analisis ini memberikan gambaran tentang sejauh mana pelanggan memberikan nilai atau bobot terhadap setiap variabel keputusan pembelian.

Hasil analisa regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat dalam tabel Sebagai berikut:

Tabel 6 Analisa Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	31.702	11.302	
	Harga	0.629	0.085	0.586
	Kualitas Pelayanan	0.583	0.088	0.543
	Lokasi	0.478	0.150	0.335
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Berdasarkan tabel 6 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 31.702 + 0.629 X_1 + 0.583X_2 + 0.478X_3 + e$$

Dari persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, sebagai berikut. Konstanta sebesar 31.702 artinya jika tidak ada Harga, Kualitas pelayanan, Lokasi ($X_1, X_2, X_3=0$) maka nilai Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta yaitu 31.702 satuan. Koefisien Harga sebesar 0.629 koefisien bernilai positif artinya Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dimana jika Harga naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.629 satuan bila variabel independen lainnya konstan. Koefisien variabel Kualitas pelayanan sebesar 0.583 koefisien bernilai positif artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dimana jika Kualitas pelayanan naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.583 satuan bila variabel independen lainnya konstan. Koefisien variabel lokasi sebesar 0.478 koefisien bernilai positif artinya Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dimana jika Lokasi naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan naik sebesar 0.478 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

Hasil analisa koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 7 Analisa Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	0.627	0.607	4.327
a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Harga, Lokasi				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Berdasarkan tabel 7 nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.607. Hal ini berarti kontribusi Harga, Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 60,7% sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis

Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial antara variabel bebas (X_1) terhadap variabel terikat (Y), digunakan Uji *Student* (Uji-t), H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig (prob)} < \alpha = 5\%$. Pada tabel distribusi *student* ditentukan dengan rumus ($a/2$: $n-k-1$).

Dimana :

$a = \alpha$ (5%)

N = Jumlah Sampel Penelitian

K = Jumlah Variabel bebas (*Variabel Independent*)

Dari keterangan di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$t = (0,050) : (357-3-1)$

$t = (0,025) (353)$

$t = 1.967$

Adapun hasil pengujian hipotesis uji t dapat dilihat pada tabel dilihat pada tabel 4.20 berikut.

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.805	0.006
Harga	7.432	0.000
Kualitas Pelayanan	6.635	0.000
Lokasi	3.190	0.002
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian		

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut. Variabel Harga memiliki t hitung (7.432) > t-tabel 1.967 dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,00 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kualitas pelayanan memiliki t hitung (6.635) > t tabel 1,967 dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_o ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Lokasi memiliki t hitung (3.190) > t tabel 1.967 dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,002 < 0,05 Hal ini berarti bahwa H_o ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji f

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2015:156). Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_o ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima (Sugiyono, 2015:156). Untuk memperoleh f-tabel digunaka rumus:

$$df_1 = k-1, \text{ dan } df_2 = n-k.$$

Dimana :

k = Banyak variabel yang digunakan

n = Jumlah Sampel Penelitian

df = Derajat Bebas (*Degre Freedom*)

Dari keterangan di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$F\text{-tabel } Df_1 = 4-1$$

$$= 3$$

$$F\text{-tabel } Df_2 = 357-4$$

$$= 353$$

$$F\text{-tabel} = 3 : 353$$

$$F\text{-tabel} = 2.63 \text{ (Lampiran VIII)}$$

Adapun Hasil Uji Hipotesis secara simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9 Hasil Uji F**ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2958.571	3	591.714	31.598	.000 ^b
Residual	1760.269	96	18.726		
Total	4718.840	99			

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian**b. Predictors: (Constant), harga,kualitas pelayanan, lokasi**

Berdasarkan tabel 9 di atas diketahui nilai F hitung 31.598 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar (2.63) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,000^b lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga, Kualitas pelayanan, dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pembahasan

Dari pembahasan hasil penelitian di atas Rincian pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis t menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga ketika pelanggan menganggap harga suatu produk atau jasa sesuai dengan manfaat yang didapat maka konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Harga merupakan bagian penting dalam proses pemasaran karena termasuk dalam bauran pemasaran. Menurut Philip kotler (2013), Jika harga suatu barang naik, tetapi manfaat tambahan yang diperoleh masih dianggap bernilai lebih tinggi daripada biaya tambahan yang harus dibayarkan, maka keputusan pembelian akan meningkat. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2016) ketika harga suatu barang naik, jumlah permintaan untuk barang tersebut akan cenderung menurun, bukan meningkat. Hal ini karena adanya hukum invers hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta (Arifin et al., 2023).

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan yang artinya sebagian besar pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang optimal akan berdampak baik pada minat konsumen. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kualitas pelayanan dengan menggunakan indikator berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), serta empati (empathy) terhadap 357 responden menunjukkan kecenderungan positif dari perspektif pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan skor tertinggi pada dimensi "Jaminan dan Kepastian" sebesar 4260, temuan ini menggambarkan bahwa responden memiliki

kepercayaan tinggi terhadap pelayanan, pengetahuan petugas, kesopanan, dan kemampuan dalam memberikan pelayanan. Sebaliknya, skor terendah terdapat pada dimensi "Ketanggapan" dengan nilai 4130, mengindikasikan bahwa pihak deska elektronik perlu meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam merespon kebutuhan pelanggan (Adel & Anoraga, 2023).

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Aspek aksesibilitas menjadi faktor yang sangat dominan dalam menentukan preferensi pelanggan terhadap lokasi usaha. Skor tertinggi yang diperoleh pada indikator aksesibilitas mengindikasikan bahwa responden cenderung memprioritaskan kemudahan akses melalui sarana transportasi umum. Dapat diasumsikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, memudahkan mereka untuk mengunjungi tempat usaha tanpa kesulitan logistic (engkizar et al., 2021).

Namun, sebaliknya, indikator lingkungan menunjukkan skor terendah. Hal ini mencerminkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian yang relatif rendah terhadap pentingnya faktor lingkungan sekitar dalam memilih tempat usaha. ini dapat diartikan sebagai kurangnya perhatian atau kesadaran pelanggan terhadap faktor-faktor lingkungan, seperti kebersihan, estetika, atau keberlanjutan (Mutathahirin et al., 2020).

Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis f menunjukan bahwa Harga, Kualitas pelayanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa variabel Harga, Kualitas pelayanan serta Lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Dengan adanya harga, Kualitas pelayanan lokasi yang baik, serta maka timbul rasa puas pada konsumen sehingga keputusan pembelian akan terjadi secara berulang. Harga merupakan titik awal yang baik untuk menciptakan citra positif dan mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang. Menurut (Chang dan Fong, 2010). Semakin tinggi tingkat kualitas dari suatu produk, maka akan mengakibatkan tingginya tingkat kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk teap orang lain (Kotler dan Keller, 2015:144).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau. Harga, Kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Deska elektronik di Kec. Benai, Kab. Kuansing, Riau.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut. Bagi Deska Elektronik, Harga perlu perhatian khusus untuk

meningkatkan keterjangkauan dengan menganalisis faktor-faktor seperti biaya produksi, kebijakan harga, dan daya beli konsumen. Kualitas pelayanan, menerapkan strategi konkret, seperti pelatihan staf, penggunaan teknologi yang lebih baik, dan pentingnya pemantauan serta evaluasi untuk memastikan efektivitas perbaikan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Lokasi, peningkatan visibilitas dengan pemasangan tanda-tanda lebih jelas atau pemeliharaan yang lebih baik. Perlu juga fokus pada perbaikan aksesibilitas dan lingkungan, karena ketiga faktor ini saling berhubungan dan berkontribusi pada peningkatan kualitas lokasi. Bagi konsumen memperhatikan keseimbangan antara harga dan kualitas produk serta layanan yang ditawarkan. Perhatikan juga lokasi toko yang mudah diakses dan lakukan penelitian pasar sebelum membuat keputusan pembelian. Bagi Peneliti selanjutnya, menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, perluas sampel dan wilayah studi, serta gunakan metode penelitian yang lebih komprehensif seperti studi kasus atau wawancara dengan konsumen.

REFERENSI

- Adel, S., & Anoraga, B. (2023). Afghan Youth's Expectation for Educational, Economic and Political Development during the Reign of Taliban. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 2(1), 16–27.
- Alma, Buchari. 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2017 *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benjamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Angipora, Hendra. 2015, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang", *Journal of Management*, Vol. 2, No. 3
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arifin, Z., & Rizaldy, M. (2023). Pengaruh Etos Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Surya Segara Safety Marine. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5.
- Arifin, Z., Lubis, T., Ath-Thukhi, A. M., Alsokari, T., Ainin, M., & Taufan, M. (2024). Analyzing the Problems of Arabic Language Learning in Higher Education. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 3(3).
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition". England : Pearson Education, Inc.
- Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children DiBandung. *Jimm Unikom*, 62-75.
- Augusty, Ferdinand. 2016. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: *Universitas Diponegoro*
- Baidar, B., Mutathahirin, M., & Fitriani, F. (2023). Implementation of Card Sort Learning Media in Islamic Education Class in MIN. *Khalaqa: Journal of Education and Learning*, 1(2), 1-10.
- Buchari Alma, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*, Alfabeth, Bandung.
- Echdar Saban, 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Engkizar, E., Jaafar, A., Sarianto, D., Ayad, N., Rahman, A., Febriani, A., ... & Rahman, I. (2024). Analysis of Quran Education Problems in Majority Muslim Countries. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 3(1), 65-80.
- Engkizar, Engkizar, K. Munawir, Soni Kaputra, Zainul Arifin, Syafrimen Syafril, Fuady Anwar, and Mutathahirin Mutathahirin. "Building of Family-based

- Islamic Character for Children in Tablighi Jamaat Community." *Ta'dib* 24, no. 2 (2021): 299-310.
- Fandy Tjiptono, 2017, *Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*, penerbit Andi, Yogyakarta
- Fure, Hendra. 2016. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283*
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, Paham dan Situmorang, Syahrizal Helmi. 2018 *Filsafat Ilmu dan Metode Riset*. USU Press, Medan
- Hafizi, M. Z. A. A. A., Satrianis, S., Ikhsan, M., Putra, P. E., Violanita, U., & Syafrizal, S. (2022). The Level of Knowledge and Practice of Students Regarding Worship in Senior High Schools. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 5(4), 120–126. <https://doi.org/10.24036/ijmurhica.v5i4.148>
- Kotler, K. 2015. *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Armstrong, 2014, *prinsip – prinsip pemasaran jilid 2 Edisi 15*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT IndeksKelompok Gramedia. 2005, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi II*, PT Indeks Kelompok Jakarta : Gramedia
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Machfoedz, M. (2017). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Pemasaran Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Margono, 2014, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta.
- Mutathahirin, M., Hudamahya, A., & Hamdi, H. (2020). Community Assessment of Salafi Studies in the City of Padang. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 3(2), 47-55.
- Nadhirah, A. N., Kurniawati, T., & Nor, Z. B. M. (2023). Analysis of the Influence of Investment in Education and Health on Economic Growth in Malaysia. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 6(2), 65–77.
- Soffian assauri, (2002) *Manajmen Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. Hal,184.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet.
- Sulistiyawan, (2018). *Pemasaran Jasa, Cetakan Kedua, Andi and Pearson Education, Yogyakarta*.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA: Bogor.
- Suprpto, Haddy. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibowo. 2015. *Manajemen Kinerja*. Rajawali Pers. Jakarta.

Copyright holder:

© Syaputra, B. Salfadri. Sunreni.

First publication right:

Jurnal Riset Manajemen

This article is licensed under:

CC-BY-SA