

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Istana Bordir Pakis Malang

Moh. Fikri Aditya Maulana *)

N. Rachma **)

Mohammad Rizal *)**

Email : fikri.aditya231299@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstrack

This activity is carried out in order to understand and also reveal the various influences that can be obtained from the variables that are the subject of this research. In general, it states that every decision to purchase a product or service will be influenced by various things, namely the quality of the product, the price of the product, the location or location that can be reached by consumers. For this reason, today it becomes a variable that will be used to determine whether these factors have a relationship with a consumer's purchase decision. For that and the purpose of this is to understand how it will affect it and reveal whether there are other factors that can influence it or only this factor that affects the level of purchasing decisions. All information related to this research will be collected through a questionnaire that is submitted to all customers of the embroidery palace shop with a total of 100 respondents. Then from all the information obtained will be analyzed using multiple linear revisions and the results will be assessed in the category of simultaneous or partial. The results show that maximally and partially they both convey that the quality of the product, related prices and locations have a significant or positive influence in determining consumer purchasing decisions. The effect or linkage, namely the r-test, as many as 31.2% of these variables affect their purchasing decisions while the remaining 66.8% are influenced by other things outside of the research context and have not been detected before.

Keywords : Product Quality, Price, Location, and Purchase Decision

Pendahuluan

Sebagai destinasi wisata favorit di Jawa Timur Malang menyuguhkan keindahan alam, perkotaan, budaya dan sejarah yang memiliki daya tarik tersendiri. Selain wisata yang dibentuk sendiri seperti Jatim Park, Museum angkut, Batu *Night Spectacular*, Museum tubuh dan lainnya.

Bersamaan dengan destinasi pariwisata yang terus berkembang, tempat-tempat berbelanja memiliki potensi yang jauh lebih besar dalam kaitannya dengan destinasi wisata tersebut. Tempat belanja yang ada dalam tempat wisata bisa berkembang dan muncul karena kondisi *intern* dari perkembangan sektor pendukung wisata lain contohnya seperti sektor industri mikro gastronomi yang mengolah hasil hortikultura menjadi “oleh-oleh makanan”. Sedangkan faktor *ekstern* yang menjadikan wisatawan tertarik untuk mengunjungi wisata belanja, karena oleh-oleh dianggap penting yaitu sebagai rumah, souvenir, tanaman hias, dan berbagai produk *fashion* seperti pakaian, sepatu, tas aksesoris dan lainnya. Di kota Malang terdapat banyak sekali produk *fashion* yang terkenal di kalangan masyarakat.

Salah satu pusat belanja wisata produk pakaian yang terkenal di kalangan wisatawan

yang berkunjung di kota Malang adalah toko Istana Bordir. Toko ini merupakan pusat kerajinan bordir yang memproduksi pakaian wanita dan pria dengan ciri khas berupa aksan bordir pada pakaian. Produk yang ditawarkan meliputi kebaya jawa, pakaian mukena, kain batik, pakaian wanita, baju muslim pria, produk tas serta produk lainnya. Produk ini dijual dalam sebuah Butik yang beralamatkan di Jalan Raya Pakis Kembar No.332, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang ini terkenal sebagai wisata belanja sejak tahun 1985.

Produk yang ditawarkan di toko ini merupakan desain dan produksi sendiri. Semua pakaian diproduksi sendiri dari butik tersebut secara manual sesuai dengan keterampilan dari setiap karyawannya. Dalam memastikan hasil bordiran dengan kualitas terbaik toko juga membuat desain dengan mesin berstandar komputerisasi sehingga menghasilkan bordir yang rapi. Karena diproduksi sendiri kualitas produk toko ini memiliki sebuah perbedaan yang lebih jelas atau ciri khas yang berbeda-beda daripada tempat lain.

Toko ini tidak melaksanakan kegiatan usahanya dengan promosi yang berlebihan, melainkan mereka mengedepankan sebuah kualitas serta pelayanan yang maksimal, promosi berjalan melalui *word-of-mouth* atau mulut ke mulut. Kini kualitas produk yang dimiliki mampu menembus pasar Internasional.

Harga produk yang ditawarkan toko juga bervariasi mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah per-itemnya. Produk di toko ini umumnya berbahan katun dan rayon premium dengan aksan khas batik atau bordiran di setiap itemnya. Hal yang menarik adalah tanpa mempertimbangkan harga, berdasarkan testimoni ketika saya menyebar kuisioner terdapat 20 pelanggan toko istana bordir rela mengeluarkan kocek hingga jutaan rupiah untuk mendapatkan produk tersebut.

Berdasarkan *gap research* yang ditemui pada penelitian terdahulu serta fenomena yang terjadi pada objek maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk melakukan analisis hubungan antara kualitas dari sebuah produk, harga barang, lokasi dan keputusan dalam pembelian sehingga memperluas tinjauan teori pada variabel tersebut. Dengan mengambil subjek penelitian yakni konsumen yang melakukan pembelian di Istana bordir akan dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Istana Bordir Pakis Malang”**.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan pembahasan dalam latar belakang maka beberapa rumusan permasalahan yang bisa diidentifikasi untuk membahas secara lebih detail yaitu :

- Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, serta lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di istana bordir pakis Malang?
- Bagaimana pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian di istana bordir pakis Malang?
- Bagaimana pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian di istana bordir pakis Malang?
- Bagaimana pengaruh dari lokasi terhadap keputusan pembelian di istana bordir pakis Malang?

Tujuan Penelitian

Sebuah tindakan yang dilandasi dengan keilmiahan itu tentu saja memiliki sebuah tujuan-tujuan khusus yang ingin dilakukan dan ingin dicapai. Untuk itu beberapa tujuan *meeting* yang sesuai dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian yang dilakukan dimanfaatkan untuk menganalisis bagaimana pengaruh yang akan ditimbulkan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini terhadap keputusan dalam pembelian di istana bordir pakis Malang.
- b. Untuk melakukan analisis bagaimana pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang
- c. Untuk melakukan analisis bagaimana pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang
- d. Untuk melakukan analisis bagaimana pengaruh dari lokasi terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang

Tinjauan Teori

Kualitas Produk

Menurut Ansori (2020), Kualitas produk menjadi bagian penting yang sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan agar mampu bertahan dan memiliki keunggulan kompetitif.

Kualitas produk dapat diukur melalui beberapa indikator Ansori (2020) diantaranya (a) Kinerja dari Produk tersebut, (b) Kesesuaian Dengan Spesifikasi, (c) Keandalan yang dimiliki setiap produk, (d) Keistimewaan Tambahan, (e) Keawetan, (f) Estetika

Harga

Menurut Aulia (2016), harga menjadi sebuah faktor terpenting dalam sebuah proses pemasaran, hal ini dikarenakan harga mampu berpengaruh terhadap keputusan dari konsumen dalam proses pembelian berbagai produk yang ada.

Sesuai dengan penjelasan dari (Kotler & Amstrong, 2014) bahwa indikator yang digunakan dalam mencirikan sebuah harga itu terdapat empat indikator yaitu : (a) harga produk yang lebih terjangkau, (b) kualitas yang dihasilkan dari produk tersebut harus sama dengan harga produknya, (c) harga yang lebih tinggi harus mampu menunjukkan manfaat yang akan mereka dapatkan, (d) Harga memiliki daya saing dalam persaingan harga secara mekanisme pasar.

Lokasi

Menurut Ansori (2020), Lokasi atau tempat (*place*) juga disebut sebagai Sebuah tempat yang dimanfaatkan oleh lembaga ataupun organisasi dan perusahaan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan perusahaannya supaya bisa meningkatkan transaksi. Menurut Ansori (2020), Lokasi menjadi sebuah tempat yang digunakan dalam berbagai keputusan atas pemilihan saluran dalam pendistribusian produk yang dapat diukur dalam beberapa indikator, (a) Akses yang ditempuh, (b) Visibilitas (kemudahan mengunjungi), (c) Area Parkir, (d) Kondisi Lingkungan sekitar.

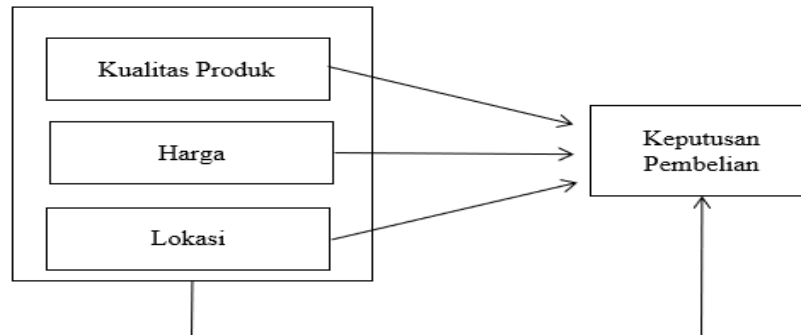
Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman & Kanuk (2012) menyatakan setiap konsumen memiliki keputusan tersendiri dalam sebuah pembelian yang akan mereka lakukan. Keputusan tersebut berbeda-beda tergantung pada sebuah keputusan yang dilakukan individu dalam proses menentukan maupun memilih beberapa opsi serta alternatif pilihan lain yang sedang ditawarkan. Proses penentuan ini diawali dengan sebuah dorongan untuk memenuhi kebutuhan ingin dipenuhi.

Indikator keputusan pembelian sesuai dengan penjelasan dari Kotler & Amstrong (2016) menjelaskan bahwa dalam sebuah keputusan pada setiap pembelian yang dilakukan mereka akan mempertimbangkan berbagai dimensi sebagai berikut, (a) Pilihan dari Produk yang tersedia, (b) Beragamnya Pilihan Merk produk, (c) Pilihan pihak yang melakukan

penyaluran, (d) Waktu yang dibutuhkan selama proses Pembelian, (e) Jumlah pihak yang melakukan Pembelian, (f) Metode yang dimanfaatkan untuk Pembayaran pembelian.

Kerangka Konseptual



Keterangan:

-----> : Pengaruh Simultan
 -----> : Pengaruh Parsial

Hipotesis

Jawaban yang diputuskan dari sebuah masalah yang diambil selama melakukan penelitian yang bersifat sementara dan perlu di uji kebenarannya. Untuk itu secara kesimpulan umum hipotesisnya adalah :

- H₁ : Secara Simultan Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi memiliki pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.
- H₂ : Kualitas Produk memiliki pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian
- H₃ : Harga memiliki pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.
- H₄ : Lokasi memiliki pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan memanfaatkan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang dilakukan ini berarti sebagai sebuah metode yang dilandasi dengan sebuah filsafat positivisme. Untuk itu penelitian model ini dimanfaatkan untuk menguji setiap populasi maupun data sampel yang kemudian semua datanya akan dikumpulkan dengan sebuah instrumen selanjutnya dilakukan analisis secara statistika. Semua hasil penelitian yang dilakukan dapat dipergunakan untuk menelaah lebih lanjut hipotesis yang telah dibuat sebelumnya.

Lokasi Penelitian

Pelaksanaannya dilakukan pada Toko Istana Bordir Pakis Malang, yang beralamatkan di Jalan Raya Pakis Kembar No.332, Kec. Pakis, Kab. Malang, Jawa Timur.

Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada kali ini akan dimulai sekitar bulan November hingga Januari 2022 dan nantinya akan dilakukan secara bertahap sesuai dengan pengembangan instrumen maupun hasil penelitian.

Populasi Dan Sampel

Populasi

Sebuah penelitian membutuhkan sasaran tertentu dan itu didasarkan pada sebuah organisasi atau kelompok tertentu. Secara umum hal tersebut dinamakan dengan populasi, atau dalam artian populasi sebuah obyek/subyek yang memiliki sebuah kuantitas serta memiliki kriteria tertentu yang sesuai dengan arah penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2019). Untuk itu penelitian nantinya memanfaatkan pada seluruh pembeli yang mengunjungi Toko Istana Bordir Pakis Malang dengan jumlah yang belum dihitung sebelumnya. Untuk mengetahui besaran populasi yang akan dijadikan sasaran penelitian akan dilakukan pengujian dengan rumus Malhotra.

Sampel

Jumlah sampel ditentukan menurut Malhotra dalam Asnawi dan Masyhuri (2011) merupakan total responden atau sampel yang tak terhitung ditentukan dengan minimal 4 hingga 5x jumlah indikator yang nantinya dilakukan pada penelitian. maka jumlah responden tersebut berasal dari:

Sampel	:	Total	x	5
	:	20	x	5
	:	100		

Sampel yang akan dimanfaatkan pada penelitian nantinya didasarkan pada konsumen yang membeli produk di Toko Istana Bordir Pakis Malang. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengukurannya yaitu:

- Responden pernah mengunjungi toko untuk melakukan pemesanan atau pembelian produk pakaian di Toko Istana Bordir Pakis Malang.
- Responden pernah menggunakan produk pakaian dari Toko Istana Bordir Pakis Malang.

Definisi Dan Operasional Variabel

Variabel Penelitian

a. Variabel Independen:

Penelitian ini menggunakan Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) sebagai variabel independennya.

b. Variabel Dependen:

Sedangkan Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel dependen yang dipergunakan dalam penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Produk

Sebuah produk yang berkualitas harus memenuhi beberapa indikator yang wajib dipenuhi oleh setiap produk. Indikator tersebut adalah :

1. Kinerja Produk
2. Kesesuaian Dengan Spesifikasi
3. Keandalan
4. Keistimewaan Tambahan
5. Keawetan
6. Estetika

Harga

Setiap produk tentu saja memiliki harga yang berbeda-beda. Penggunaan harga merupakan bagian dari mengatur nilai barang supaya bisa dimanfaatkan dalam proses

perdagangan dan pembelian masyarakat. Untuk itu sebuah produk yang akan diberikan harga harus memperhatikan beberapa hal yaitu :

1. Menunjukkan Harga yang terjangkau.
2. Kualitas produk dengan harga harus bisa sesuai.
3. Manfaat yang didapatkan dengan harga harus selaras.
4. Memberikan kemampuan daya saing harga dipasaran.

Lokasi

Lokasi berarti sebuah akses yang bisa pengunjung lakukan. Akses sebuah toko harus mampu memberikan kemudahan dan membuat pengunjungnya nyaman untuk berkunjung. Untuk itu dalam kaitannya dengan lokasi setiap toko wajib memperhatikan beberapa hal yaitu:

1. Akses
2. Visibilitas
3. Area Parkir
4. Lingkungan

Keputusan Pembelian

Setiap individu memiliki kesempatan yang sama dalam pembelian produk. Semua keputusan diberikan sepenuhnya kepada mereka apakah mereka ingin memutuskan membeli atau tidak itu menjadi kewenangan pribadi dari konsumen. Untuk itu sebuah pembelian dapat dilakukan apabila memperhatikan beberapa hal.

1. Pemilihan sesuai dengan jenis produk.
2. Pemilihan berdasarkan Merek yang ada.
3. Pemilihan agen atau pihak yang menyalurkan.
4. Waktu yang dilakukan saat proses pembelian.
5. Seberapa banyak produk yang ingin dibeli.
6. Bagaimana cara melakukan pembayaran.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber Data

Sebuah penelitian pastinya membutuhkan data-data yang akan dilakukan pengujian. Penelitian membutuhkan beberapa data pendukung. Data-data ini dapat dibedakan menjadi yang didapatkan secara langsung maupun sumber yang didapatkan dari berbagai media-media yang telah dipublikasikan.. Semua data maupun informasi yang berasal dari pengambilan langsung itu akan diambil dari tindakan kuesioner kepada berbagai sampel yang telah ditentukan kemudian isi sesuai dengan instruksi maupun pertanyaan yang ada. Sesuai dengan sasaran sampelnya adalah kepada konsumen yang beli berbagai kebutuhan hidup di toko istana.

Metode Pengumpulan Data

Proses dalam mengumpulkan data pada penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan tindakan kuisisioner yang kemudian akan dibagikan melalui teknik penelitian kepada 100 sampel dan terdapat tingkat penilaian pada setiap jawaban yang ada.

Metode Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas

Untuk melakukan sebuah keputusan tertentu setelah dilakukan pengujian akan dilakukan analisis sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila hasil dari r hitung yang dilakukan $> r$ tabel dapat dipastikan kuisioner dapat dikatakan valid
2. apabila hasil perhitungan r hitung $< r$ tabel dipastikan kuisioner memiliki data yang tidak valid

Uji Reliabilitas

Kriteria penentuan keputusan dalam uji validitas dilakukan dengan syarat:

1. Jika hasil pengujian > 0.6 dipastikan kuisioner yang akan dipergunakan masuk dalam kategori reliabel.
2. Jika hasil pengujian < 0.6 dipastikan kuisioner tersebut tidak reliabel.

Uji Normalitas

Terdapat dua acara untuk bisa menjelaskan pengaruh kedua variabel yang dimanfaatkan untuk mengetahui distribusinya. Untuk mengetahui hal tersebut harus dilakukan dengan kriteria dan menggunakan besaran *kolmogrov-smirnov test* berikut ini:

1. Apabila hasil signifikansi $> 0,05$ dipastikan distribusi datanya masuk kategori normal.
2. Apabila hasil signifikansi $< 0,05$ dipastikan distribusi datanya masuk kategori tidak normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Untuk melihat secara langsung apakah dalam sebuah variabel terdapat multikolinearitas atau tidak menurut ghozali dapat dilihat dari hal berikut:

1. Apabila hasil yang dilakukan menunjukkan $> 0,1$ serta hasil VIF < 10 dipastikan data tidak mengalami multikolinearitas.
2. Apabila hasil pengujian yang dilakukan $< 0,1$ serta hasil dari VIF > 10 dipastikan data mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat kondisi dimana ada varian dalam variabel yang digunakan secara model regresi dengan hasil yang berbeda. Sebaliknya apabila terjadi varian pada variabel dimodel regresi yang bernilai sama maka termasuk homoskedastisitas. Supaya masalah adanya variasi yang berbeda ini bisa dideteksi lebih awal maka digunakanlah metode analisis grafik. Metode ini dalam pemanfaatannya dengan melihat bagaimana grafik plot yang ada serta nilai prediksi dari setiap variabel dependen yaitu ZPRED serta residualnya SRESID kemudian dilakukan analisis dengan menyesuaikan beberapa kriteria dasar berikut:

- 1) Apabila hasil yang dilakukan menunjukkan adanya pola tertentu dalam bentuk titik-titik yang kemudian membentuk sebuah pola-pola tertentu secara teratur (dimulai dengan gelombang, terus mengalami pelebaran, menyempit), hal ini menunjukkan data yang ada mengalami heteroskedastisitas.
- 2) Apabila sebuah bentuk yang dihasilkan tidak menunjukkan kejelasan bentuk yaitu adanya titik-titik yang kemudian menyebar di atas maupun di bawah 0 dalam sumbu Y secara acak dapat dipastikan hal tersebut menjadi indikasi terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Rumus matematis dari proses penelitian yang dipakai nantinya memanfaatkan perhitungan regresi berganda yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan dalam pembelian
a : constanta
 β_1 : Hasil dari Koefisien regresi dari variabel X1 (Kualitas Produk)
X1 : Strategi Promosi
 β_2 : hasil dari Koefisien regresi dari variabel X2 (Harga)
X2 : Harga
 β_3 : hasil dari Koefisien regresi dari variabel X3 (Lokasi)
X3 : Keputusan Pembelian
e : Standar error

Uji Hipotesis**Uji F**

Ketentuan dilakukannya uji F adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel strategi promosi, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan pembelian (hipotesis diterima).
2. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dipastikan variabel strategi promosi, harga serta kualitas produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (hipotesis ditolak).

Uji t

Ketentuan setelah dilakukannya sebuah pengujian memiliki hasil utama yaitu:

1. Apabila sebuah penilaian memiliki hasil nilai signifikansi $t > 0,05$ dipastikan H_0 diputuskan untuk diterima serta H_1 ditolak, untuk itu antara variabel independen dengan dependen secara pengaruh parsial tidak memiliki pengaruh.
2. Apabila sebuah penilaian memiliki hasil secara signifikansi $t < 0,05$ dipastikan H_0 diputuskan ditolak serta H_1 dapat diterima, untuk itu antara variabel independen dengan dependen secara pengaruh parsial memiliki pengaruh.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini sekitar nol hingga satu. Jika hasilnya menunjukkan semakin tinggi maka setiap kemampuan yang dimiliki dari variabel independen bisa menjelaskan variabel dependennya akan semakin tinggi pula.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan**Uji Instrumen****A. Uji Validitas**

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	1	0,494	0.195	SESUAI
	2	0,652	0.195	SESUAI
	3	0,556	0.195	SESUAI
	4	0,581	0.195	SESUAI
	5	0,685	0.195	SESUAI
	6	0,733	0.195	SESUAI
Harga (X2)	1	0,698	0.195	SESUAI
	2	0,823	0.195	SESUAI
	3	0,853	0.195	SESUAI
	4	0,584	0.195	SESUAI

Lokasi (X3)	1	0,582	0.195	SESUAI
	2	0,755	0.195	SESUAI
	3	0,794	0.195	SESUAI
	4	0,666	0.195	SESUAI
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,660	0.195	SESUAI
	2	0,647	0.195	SESUAI
	3	0,592	0.195	SESUAI
	4	0,576	0.195	SESUAI
	5	0,688	0.195	SESUAI
	6	0,472	0.195	SESUAI

Sumber: Keluaran Informasi, 2022

Sesuai dengan hasil pengujian yang telah dilakukan mengenai tingkat kovaleri di tas dari semua instrumen yang akan digunakan hasilnya menyatakan bahwa hampir secara keseluruhan dinyatakan sesuai atau valid untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Hasilnya didapatkan dari tindakan uji coba yang dilakukan sebelumnya kepada beberapa pihak yang dirasa sesuai dengan kriteria penelitian. Secara ketentuan maupun aturan yang berlaku semua item yang dinyatakan valid ini dikarenakan dari nilai uji yang dilakukan baik itu pada nilai r hitungnya dengan r tabelnya itu memiliki nilai yang berbeda dan perbedaannya itu lebih unggul pada nilai r hitung sehingga dari hal tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa setiap item soal yang memiliki r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan item tersebut valid atau sesuai untuk penelitian.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	CronbachAlpha	Nilai Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,746	0,6	Reliabel
Harga	0,795	0,6	Reliabel
Lokasi	0,778	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,743	0,6	Reliabel

Sumber: Keluaran Informasi, 2022

Sesuai dengan penjelasan yang disampaikan dalam tabel 2 dapat diketahui bahwa semua variabel yang akan digunakan di dalam penelitian ini secara instrumen kuesionernya dapat dinyatakan sebagai kuesioner yang reliable artinya penilaian pengukurannya akan mampu mewakili secara kondisi nyata di lapangan. Perhitungan ini memanfaatkan rumus alpha crown bag dan hasilnya nanti akan menunjukkan beberapa keputusan-keputusan yang bisa digunakan untuk penelitian lanjutan. Secara hasil menunjukkan bahwa nilai-nilai yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut itu memiliki nilai di atas nilai kriteria. Apabila nilai hasil uji tersebut di atas nilai kriteria yaitu 0,6 maka dapat dipastikan bahwa variabel tersebut masuk dalam kategori reliable dan ini bisa digunakan untuk penelitian tahapan selanjutnya. Apabila semua variabel dinyatakan reliabel maka dapat dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah semuanya ini bisa menggambarkan variabel dan juga pengaruh yang akan ditimbulkan di toko istana.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		N
		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47244994
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,059
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,122 ^c

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2022

Berdasarkan data dari tabel diatas yang telah di uji menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* menggunakan spss 14.0 didapatkan nilai sebesar 0,122. Dikatakan normal apabila nilai signifikasi $> 0,05$ dan pada data diatas nilai signifikasi $0,122 > 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa item variabel independen dan item variabel dependen pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,418	2,934	Bebas Multikolinearitas
Harga (X2)	0,493	2,030	Bebas Multikolinearitas
Lokasi (X3)	0,575	1,738	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Output informasi, 2022

Berdasarkan data tabel 4 didapatkan sebuah hasil bahwa semua variabel yang ada dalam penelitian ini untuk masuk dalam kategori yang baik. Baik di sini adalah mereka bebas dari multikolinearitas yang artinya bahwa setiap variabel yang akan dilakukan itu memiliki linearitas yang sama artinya apabila ini digunakan untuk meneliti keputusan pembelian maka hasilnya akan mengarah ke situ dan tidak mengarah ke hasil lainnya. Dari mulai kualitas produk harga hingga lokasi itu semuanya bebas multi kolinearitas hal ini dikarenakan dari nilai vif dan toleransinya itu lebih besar vif dan dapat digunakan untuk tahapan-tahapan dalam pengambilan data maupun sumber informasi secara umum selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	A	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,657	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,057	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi (X3)	0,493	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : keluaran informasi, 2022

Sesuai dengan pernyataan dari tabel 5 didapatkan sebuah informasi bahwa semua variabel yang akan dipakai dalam penelitian tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan semua variabel menyatakan bahwa dari nilai sig yang ada serta nilai a yang menjadi patokan dari kriteria tersebut ternyata nilai sig dari setiap variabel tersebut hasilnya lebih besar daripada nilai patokan a yang bernilai 0,05. Untuk itu hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa setiap variabel yang akan dilakukan dalam penelitian itu secara heteroskedas aktivitasnya tidak mengalami hal tersebut.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	5,250	3,238		1,622	,108
Kualitas Produk	,260	,092	,259	2,816	,006
Harga	,449	,148	,296	3,027	,003
Lokasi	,345	,167	,194	2,067	,041

Sumber: Keluaran Informasi 2022

Berdasarkan dari data tabel tersebut maka nilai dari setiap variabel yang diteliti kemudian dilakukan analisis model regresi dengan nilai B pada setiap variabel, maka dapat diambil kesimpulan melalui persamaan yang didapatkan terbentuk yaitu: $Y = 5,250 + 0,260X_1 - 0,449X_2 + 0,345X_3 + e$

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251,714	3	83,905	15,992	,000 ^b
	Residual	503,676	96	5,247		
	Total	755,390	99			

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2022

Sesuai dengan pernyataan yang disampaikan dalam pengujian ini didapatkan sebuah informasi penting yaitu secara hasil dari uji F nilai signifikannya adalah berada pada angka 0,00 dan ini tentu saja hasilnya lebih kecil dibandingkan taraf kesalahan yang telah dilakukan sebelumnya yaitu 0,05. Apabila ini lebih kecil maka yang terjadi adalah kita kembali lagi ke pada kriteria sebelumnya yang menyatakan bahwa apabila ini lebih kecil dari taraf kesalahan yang telah ditentukan maka kesimpulan yang dapat diambil adalah secara simultan kondisinya adalah semua variabel yang dipakai dalam penelitian ini memiliki keterkaitan atau pengaruh yang positif maupun pengaruh secara signifikan terhadap tindakan yang berkaitan dengan keputusan mereka dalam pembelian barang atau dipastikan bahwa hal ini hipotesisnya diterima.

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	5,250	3,238		1,622	,108
Kualitas Produk	,260	,092	,259	2,816	,006
Harga	,449	,148	,296	3,027	,003
Lokasi	,345	,167	,194	2,067	,041

Sumber: Hasil Olahan, 2022

Sesuai dengan pembahasan yang dilakukan pada tabel tersebut maka dapat dipastikan beberapa informasi penting yang bisa didapatkan. Informasi tersebut berupa :

1. Bisa diambil sebuah intisari bahwa variabel yang dipakai dalam penelitian terutama variabel X_1 itu memiliki pengaruh yang positif serta hasilnya tentu saja signifikan mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian.

2. Bisa diambil sebuah intisari bahwa variabel yang dipakai dalam penelitian terutama variabel X1 itu memiliki pengaruh yang positif serta hasilnya tentu saja signifikan mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian.
3. untuk X3 nya dalam kondisi yang sama bahwa mereka juga disetujui oleh hasil pengujian yang menyatakan bahwa secara tugas itu mereka memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansinya. Sesuai dengan penjelasan yang disampaikan sebelumnya bahwa dari semua keseluruhan pengujian yang dilakukan itu hasilnya di bawah terapi signifikasi sehingga secara positif maupun secara hasil signifikasinya mampu mempengaruhi keputusan mereka dalam kegiatan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.312	2.291

Sumber : Hasil Olahan, 2022

Sesuai dengan hasil yang didapatkan maka pada data tabel tersebut uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan 0,312 atau sebanyak 31,2% variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara positif. Pengaruh ini menunjukkan keputusan pembelian yang dilakukan akan meningkat apabila dipengaruhi oleh hal tersebut walaupun pengaruhnya hanya sedikit. Sedangkan secara hasil umumnya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak terdefinisi secara 68,8%.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada pernyataan indikator variabel keputusan pembelian (Y), dari data yang telah diolah tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen menjawab setuju. Dari data yang telah diuji menggunakan uji F (simultan) didapat hasil yang positif antara sebuah Kualitas dari Produk, Harga produk serta Lokasi toko memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian dari Produk Toko di Istana Bordir Pakis Malang. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden atau konsumen menjawab dengan kriteria baik.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Aulia (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada Depot Pak Qomar Surabaya) yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah sejalan dengan pengaruh yang ada kemudian secara parsial dan simultan memiliki hasil yang positif juga.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada pernyataan indikator variabel Kualitas Produk (X1), dari hasil yang didapatkan tersebut bisa diketahui secara mayoritas konsumen menjawab sangat setuju dengan pernyataan “Produk Istana Bordir terbuat dari bahan batik yang berkualitas”. Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif pada setiap keputusan pembelian.

Hasil yang didapatkan bisa sesuai dengan hasil terdahulu dari Lestari & Hasibuan (2021) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Mulia Garden” yang menunjukkan kalau kualitas dari produk dan lokasi toko memiliki pengaruh yang lebih signifikan pada keputusan dalam pembelian.

Pengaruh Harga Produk Terhadap Sebuah Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada pernyataan indikator variabel Harga (X2), sesuai dengan hasil yang didapatkan dan data penelitian yang diukur dapat diketahui kalau secara umum konsumen menyatakan sangat setuju pada sebuah pernyataan “Harga produk Istana Bordir sudah sesuai dengan kualitas”. Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif terhadap sebuah keputusan pembelian.

Hasil yang didapatkan sesuai dengan yang dilakukan oleh Paludi & Juwita (2021) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah variabel harga memiliki pengaruh positif maupun pengaruh yang signifikan terhadap sebuah keputusan mereka dalam pembelian.

Pengaruh Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada pernyataan indikator variabel Lokasi (X3) dapat diambil informasi penting bahwa setelah semua data dilakukan pengolahan maka dapat diketahui mayoritas konsumen menyatakan sangat setuju dengan pernyataan “ Istana Bordir berlokasi pada tempat yang mudah di jangkau”. Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan kalau lokasi memiliki pengaruh secara positif terhadap sebuah keputusan atas pembelian.

Hasil yang didapatkan sesuai dengan penelitian terdahulu dari Aprisal (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi serta Lokasi terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus pada Great store Clothing Samarinda) yang menunjukkan hasil dari penelitian ini adalah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap sebuah keputusan dalam pembelian, pengaruhnya terjadi secara parsial maupun mempengaruhinya secara simultan.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Dari tindakan yang dilakukan selama penelitian maka inti dari pembahasan yang dapat diambil adalah :

1. Terdapat pengaruh yang positif dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian ini fokus pada kualitas dari sebuah produk, pengaruh dari harga produk, serta lokasi pelayanan toko akan memberikan pengaruh positif dan signifikan di Toko Istana Bordir Pakis Malang.
2. Secara masing-masing variabel apabila dijabarkan lebih rinci bahwasanya sebuah produk yang berkualitas maka akan mempengaruhi keputusan mereka dalam pembelian secara positif dan signifikan.
3. Secara masing-masing variabel apabila dijabarkan lebih rinci bahwasanya sebuah produk yang memiliki harga yang terjangkau akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif dan signifikan.
4. Secara masing-masing variabel apabila dijabarkan lebih rinci bahwasanya sebuah toko yang memiliki keterjangkauan yang mudah dijangkau maka akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif dan signifikan.

Keterbatasan

Keterbatasan yang terjadi selama penelitian ini dilakukan. Adapun persoalan yang dialami selama tindakan dilakukan adalah:

1. Penelitian ini terbatas pada variabel Kualitas dari sebuah produk, Harga produk, serta lokasi toko sebagai variabel bebas sedangkan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.

2. Dalam penelitian penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner secara langsung kepada konsumen sehingga ada beberapa responden yang mengisi kuisioner secara asal-asalan.

Saran

Sesuai dengan pernyataan dalam pembahasan penelitian yang sudah dilakukan diatas, saran yang sesuai di berikan adalah :

1. Untuk Perusahaan
 - a. Bagi Toko Istana Bordir Pakis Malang diharapkan dapat meningkatkan Strategi promosi seperti mempromosikan produknya tidak hanya 1 tempat seperti di *Instagram* dan *Whatsapp* tetapi ditambah pada pada Aplikasi Seperti *Shopee* atau *Tokopedia* yang sekarang menjadi toko online terlaris di Indonesia. Pemilik toko juga dapat bekerja sama dengan pedagang di pasar agar produk Toko Istana Bordir lebih dikenal oleh konsumen.
 - b. Bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu di Kabupaten Jember diharapkan dapat menyesuaikan harga dan kualitas sepeda motor bekas sehingga konsumen dapat menginformasikan kepada keluarga atau saudara tentang sepeda motor bekas dengan kualitas bagus dan harga yang sesuai sehingga konsumen akan kembali melakukan pembelian produk di *dealer* tersebut.
 - c. Bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu di Kabupaten Jember diharapkan menjual produk sepeda motor bekas dengan kualitas yang masih bagus sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dalam membeli produk sepeda motor bekas.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memerdalam penelitian yang akan dilakukan mengenai Kualitas Produk, Harga dan Lokasi.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, variabel dalam penelitian dapat ditambahkan seperti variabel Strategi Promosi.
 - c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan item pertanyaan dan membingbing responden dalam menjawab kuisioner sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan responden tidak menjawab dengan asal-asalan.

Referensi

- Adipramita, V. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1)
- Ansori, P. B. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11-19.
- Didin Fatihudin, Dan Nanang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen*, (Yogyakarta ; Deepublish, 2019), 177.
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnady, F. A.,Kasinem, K., & Armalinda, A. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Rumah Mbak Win Lohat. Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 3(1),.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Managemen*. (edisi 14). Global edition: Pearson Education.
- Kurniawan, H. D. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap*

- Keputusan Pembelian. Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4),.
- Lamidi, H. A. (2015). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3), 23487.
- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Mulia Garden (Studi Kasus Perumahan Subsidi Mulia Garden Desa Naga Rejo). Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1),.
- Lupioyadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nugroho, J. Perilaku Konsumen: *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga. N.p., Prenada Media, 2019.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1),.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Rahman, M., & Syardiansah, S. *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart di Kota Langsa. Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(1),.
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3),.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). *Pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Suparno, F. O., & Suwitho, S. (2019). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Wisata Semanggi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). eCo-Buss*, 3(2),.
- Wahono, B., & Asiyah, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Prabujaya Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(08).

Moh. Fikri Aditya Maulana *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma
 N. Rachma **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
 Mohammad Rizal ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma