

## Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Miago Pak Joko Semarang

Marissa Noorhidayah Octavia  
Email : [marissaocta@gmail.com](mailto:marissaocta@gmail.com)  
Universitas PGRI Semarang

### Abstract

*This research is based on the results of pre-study to consumers who think that the price of Miago Pak Joko is too expensive and locations such as parking lots and places to eat are inadequate and the taste in the presentation is not consistent. The purpose of this study was to determine the effect of price, location and product quality on the purchase decision of Miago Pak Joko Semarang. Data collection techniques using Google forms. The population of this research is Miago Pak Joko consumers and takes a sample of 100 respondents. The results showed that price, location and product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision of Miago Pak Joko Semarang by 61.1% while 38.9% was influenced by other variables not examined.*

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

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dari hasil pra penelitian kepada konsumen beranggapan bahwa harga miago pak Joko terlalu mahal dan lokasi seperti tempat parkir dan tempat makannya pun kurang memadai serta cita rasa dalam penyajian yang belum konsisten. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Miago Pak Joko Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan Google form. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Miago Pak Joko dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Miago Pak Joko Semarang sebesar 61,1% sedangkan 38,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## **PENDAHULUAN**

Di era kemajuan zaman seperti saat ini, persaingan para pelaku bisnis khususnya di bidang dunia kuliner sudah banyak mengalami perubahan. Perubahan ini dikarenakan ketatnya persaingan yang mengharuskan setiap pelaku usaha selalu melakukan inovasi dan menciptakan ide-ide baru untuk produknya.

(Arifin Nur, 2009) dalam Kurniawan, (2009) Melihat kondisi ini mengharuskan setiap penggiat usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk memenuhi target penjualan perusahaan. Sebuah perusahaan hendaknya memiliki strategi yang berbeda dengan perusahaan lain sehingga target pemasaran dapat tercapai..

Strategi ini juga diterapkan oleh Pak Joko. Hal ini dilakukan karena ketatnya persaingan didunia bisnis agar bisa bertahan dalam waktu yang lama. Salah satunya yaitu memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu kegiatan seseorang dalam menentukan keputusan pembelian melalui pemilihan dan pertimbangan (Kotler and Keller 2016) dalam Husen dkk, (2018).

Ferdinand (2006:225) dalam Mongi dkk, (2013) harga merupakan salah satu strategi yang penting dalam pemasaran, karena harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk. Dalam memenangkan persaingan perusahaan biasanya mengutamakan kepuasan konsumen melalui penetapan harga yang tepat dengan pasar.

Selain penetapan harga yang tepat faktor lokasi juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen, selain tempat yang mudah di jangkau konsumen juga menginginkan tempat parkir bagi kendaraan mereka yang luas dan aman. Menurut Swastha (2002:24) dalam Ratnasari, (2016) dalam ratnasari ("Lokasi yaitu tempat dimana suatu usaha atau aktivitas dijalankan". Dengan demikian penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan lokasi yang akan di gunakan untuk mendirikan sebuah usaha.

Kotler & Armstrong (2008) dalam Ong dan Sugiharto, (2013) dalam mengalahkan pesaing diperlukan produk yang berkualitas. Untuk itu jika suatu perusahaan ingin mendapatkan tempat dibenak masyarakat harus selalu menjaga kualitas produknya agar perusahaan dapat bersaing dalam waktu yang panjang.

**Tabel 1. Pra Penelitian**

Variabel	Setuju	Tidak Setuju
Harga	51,5%	48,5%
Lokasi	31,6%	68,4%
Kualitas Produk	46%	54%

Sumber : data 2020

Dari data yang diperoleh setelah menyebar data sebanyak 100 orang. kebanyakan dari mereka beranggapan bahwa harga miago pak Joko terlalu mahal dan lokasi seperti tempat parkir dan tempat makannya pun kurang memadai serta cita rasa dalam penyajian yang belum konsisten. Berdasarkan paparan diatas peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Miago Pak Joko Semarang”.

#### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dan sifat penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen Miago Pak Joko Semarang. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Miago Pak Joko Semarang dan sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Teknik dan instrumen pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner angket melalui Google Form. Teknik analisis data uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Miago Pak Joko Semarang. Pengambilan data penelitian ini difokuskan kepada konsumen Miago Pak Joko Semarang. Kemudian teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik.

##### **1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang.**

Hasil dari penelitian mengatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dilihat dari uji hipotesis pertama pada variabel harga diketahui bahwa nilai regresi sebesar 0,312 bernilai positif sehingga variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pembuktian hipotesis variabel harga dilakukan dengan uji t pada

tabel 4.13 diperoleh  $t_{hitung} 2.649 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,009 < \text{taraf nilai } 0,05$ . Maka dari itu dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang sejalan dengan peneliti adalah Kurniawan (2009) "Pengaruh harga, produk, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada soto angkringan "mas Boed" spesial ayam kampung Semarang". Hasilnya menyatakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat pada penelitian Kurniawan. Maka untuk dapat mempertahankan keunggulan dan memenangkan persaingan mas Boed harus mengedepankan tingkat pelayanan dan citarasa dari produknya agar suatu usaha dapat menjaga keberlangsungannya.

## **2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang.**

Hasil dari penelitian mengatakan bahwa ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian dilihat dari uji hipotesis pertama pada variabel harga diketahui bahwa nilai regresi sebesar 0,585 bernilai positif sehingga variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pembuktian hipotesis variabel lokasi dilakukan dengan uji t pada tabel 4.13 diperoleh  $t_{hitung} 5,782 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,000 < \text{nilai taraf } 0,05$ . Maka  $H_2$  diterima, artinya lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang sejalan dengan peneliti adalah Ali (2017) "pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah". hasil penelitian mengatakan bahwa ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian Ali. Salah satu faktor pengambilan keputusan dalam pembelian rumah ialah memperhatikan keempat variabel bebas tersebut, sehingga penjualan rumah akan meningkat. Sekarang ini banyak sekali persaingan bisnis dibidang property, oleh karena setiap pelaku usaha harus menonjolkan keunggulan-keunggulan dari produknya.

## **3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang.**

Hasil dari penelitian mengatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dilihat dari uji hipotesis pertama pada variabel harga diketahui bahwa nilai regresi sebesar 0,585 bernilai positif sehingga variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pembuktian hipotesis variabel kualitas produk dilakukan dengan uji t diperoleh  $t_{hitung} 3,229 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,002 <$

nilai taraf 0,05. Maka H3 diterima, artinya variabel kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang sejalan dengan peneliti adalah Weenas (2013) "kualitas produk, harga, Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta". Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian Weenas. Untuk itu jika penjualan springbed ingin meningkat perlu memperhatikan keempat variabel bebas tersebut karena terbukti mempengaruhi tingkat penjualan.

#### **4. Harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang.**

Berdasarkan dari uji F pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 50,332 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat diartikan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,611. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,611 atau 61,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, lokasi dan kualitas produk, sisanya 39,9% (100% - 61,1%) dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Berdasarkan perhitungan diatas dapat ditarik kesimpulan hasil dari penelitian ada pengaruh variabel harga, lokasi dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang.

Dengan demikian Pak Joko harus terus mempertahankan dan meningkatkan konsistensinya agar penjualan Pak Joko Semarang semakin meningkat.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan olah data dan penelitian mengenai variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Miago Pak Joko Semarang. Maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang. Hal ini dibuktikan dari hasil regresi linier berganda (uji t) 13 diperoleh  $t_{hitung} 2,649 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,009 < taraf\ nilai\ 0,05$ .

2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang. Hal ini dibuktikan dari hasil regresi linier berganda (uji t) diperoleh  $t_{hitung} 5,782 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,000 < \text{nilai taraf } 0,05$ .
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang. Hal ini dibuktikan dari hasil regresi linier berganda (uji t) diperoleh itu  $t_{hitung} 3,119 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai probabilitas  $0,002 < \text{nilai taraf } 0,05$
4. harga, lokasi dan kualitas produk positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace zalora. Hal ini dapat dilihat dari analisa uji F diperoleh  $F_{hitung} 50,331 > F_{tabel} 2,70$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, hubungan antara harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada miago Pak Joko Semarang adalah sangat erat. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji determinan (R Square) sebesar 0,611. Hal ini dapat diartikan bahwa 61,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi, sisanya 38,9% ( $100\% - 61,1\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Jadi dengan demikian hasil dari penelitian terhadap pengaruh antara harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian miago Pak Joko Semarang.

### **Saran**

Dari kegiatan analisis data dan pembahasan tentang pengaruh variabel harga, lokasi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian miago Pak Joko Semarang. Maka peneliti memiliki saran adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan indikator ketersediaan daftar harga pada variabel harga (X1) memiliki poin paling tinggi diantara indikator yang lain dan indikator perbandingan harga memiliki poin yang paling rendah. Maka pak Joko perlu mengevaluasi harga agar dapat bersaing dan menjangkau semua kalangan masyarakat.
2. Hasil penelitian menunjukkan indikator jarak pada variabel lokasi (X2) memiliki poin yang tertinggi sedangkan untuk indikator tersedia transportasi publik memiliki poin yang rendah. Untuk itu perlu adanya peningkatan penjualan online agar produk olahan miago Pak Joko bisa diikmati lebih banyak orang.
3. Hasil penelitian menunjukkan indikator penampilan pada variabel kualitas produk (X3) memiliki poin yang paling tinggi dan indikator temperatur yang paling rendah. Untuk itu lebih di perhatikan untuk penyajian agar lebih menarik konsumen.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kebutuhan yang di rasakan pada variabel keputusan pembelian (Y) memiliki poin yang paling tinggi sedangkan indikator perilaku waktu memakai yang paling rendah. untuk itu perlu konsistensi dalam mempertahankan rasa agar tidak kehilangan cirikhas rasa.
5. Implikasi penelitian  
Keterbatasan penelitian ini antara lain :
  - a. Obyek penelitian belum luas, dan hanya meneliti 100 responden.
  - b. Pada penelitian ini variabel yang digunakan masih sangat terbatas hanya menggunakan tiga variabel.  
Oleh karena, bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperkaya temuan ilmiah dengan menggunakan subjek lain dan menambah jumlah responden agar hasil penelitian semakin kuat dan terprcaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, F.Z. (2009).” Pengaruh harga, produk, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada soto angkringan “mas boed” sepesial ayam kampung semarang”.
- Husen, A., Sumowo, S. & Rozi, A.F. (2018).” Pengaruh lokasi , citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian mi ayam solo bangsal jember”. *Junal manjenen dan bisnis indonesia*. 2 (4) 127-143.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013).” Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu simpati telkomsel di kota manado”. *jurnal Emba*. 4 (1) 2336-2346.
- Ratnasari, A.,D., Harti. (2016).”Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di djawi lanbistro coffee and resto surabaya”. 1-11.
- Ong, L.A & Sugiharto, S.(2013).” Analisis pengaruh strategi difrensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincau station surabaya”. *Jurusan Manajemen Pemasaran*. 2 (1) 607-618.