

PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM BURGER BUNDA DI DOLOK MASIHUL

Bonar Harahap, Siti Rahmah Sibuea, Mhd. Harvian Ahsyah

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik UISU

bonhar1968@gmail.com; rahmahsibuea67@gmail.com; harviahsyah@gmail.com

Abstrak

Dalam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Burger Bunda di Dolok Masihul. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini rata-rata perhari pengunjung UMKM Burger Bunda di Dolok Masihul. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan rumus slovin sehingga diperoleh 56 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji signifikan parsial, uji signifikansimultan) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara simultan lokasi dan harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

UMKM Burger Bunda merupakan salah satu usaha makanan yang berkonsentrasi di jenis burger, berbagai jenis varian burger dijual dengan harga yang bervariasi, untuk harga burger sendiri dipatok mulai Rp 7.000 hingga Rp 12.000. Lokasi Burger Bunda berada di halaman Indomaret Dolok Masihul, karena banyaknya pelanggan UMKM Burger Bunda dari setiap kalangan yang berbeda-beda, sehingga adanya penilaian yang di nilai kurang dari UMKM Burger Bunda ini adalah perihal tempat parkir, karena ramainya pengunjung yang membawa kendaraan bermotor yang tidak mendapatkan tempat parkir. Kemudian harga yang ditawarkan UMKM Burger Bunda ini cukup bersaing dengan beberapa UMKM disekitarnya. Maka dari itu timbul faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian yang berbeda atas lokasi tempat UMKM Burger Bunda itu berada dan harganya. Persaingan harga dan lokasi yang selalu ramai di minati pengunjung menjadi bahan dasar saya untuk meneliti UMKM Burger Bunda.

II. METODELOGI PENELITIAN

2.1 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang industri makanan yang bernama Burger Bunda yang berlokasi di Jalan Sudirman No. 60 Link II, Dolok Masihul, Serdang Bedagai. Penelitian ini dilakukan pada periode Bulan Januari.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini sebanyak 65 dari rata-rata pengunjung perhari UMKM Burger Bunda di

Dolok Masihul. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *Simple Random Sampling* menggunakan rumus *Slovin* sehingga diperoleh sebanyak 56 sampel.

2.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel independen penelitian ini adalah lokasi (X1), dan harga (X2). Dan yang untuk variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

2.4 Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22. Analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan hipotesis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Pertanyaan | <i>RHITUNG</i> | <i>RTABEL</i> | Status |
|------------|----------------|---------------|--------|
| X1.1 | 0,811 | 0,2586 | Valid |
| X1.2 | 0,278 | 0,2586 | Valid |
| X1.3 | 0,889 | 0,2586 | Valid |
| X1.4 | 0,829 | 0,2586 | Valid |
| X1.5 | 0,847 | 0,2586 | Valid |
| X2.1 | 0,914 | 0,2586 | Valid |
| X2.2 | 0,753 | 0,2586 | Valid |
| X2.3 | 0,400 | 0,2586 | Valid |
| X2.4 | 0,859 | 0,2586 | Valid |
| Y1 | 0,710 | 0,2586 | Valid |
| Y2 | 0,611 | 0,2586 | Valid |

| | | | |
|----|-------|--------|-------|
| Y3 | 0,647 | 0,2586 | Valid |
| Y4 | 0,793 | 0,2586 | Valid |
| Y5 | 0,720 | 0,2586 | Valid |

data dikatakan valid apabila hasil uji r hitung > r tabel menggunakan taraf signifikan 5% yaitu 0,2586 dengan jumlah responden 56.

3.2 Uji Realibilitas

Suatu variabel dikatakan realibel jika memberikan *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas Lokasi (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,810 | 5 |

Variabel Lokasi realibel memberikan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,810 > 0,60

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas Harga (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,743 | 4 |

Variabel Harga realibel memberikan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,743 > 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Keputusan Pembelian (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,736 | 5 |

Variabel Keputusan Pembelian realibel memberikan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,736 > 0,60.

3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta |
| | | B | Std. Error | |
| 1 | (Constant) | 5,375 | ,726 | |
| | LOKASI | ,463 | ,098 | ,552 |
| | HARGA | ,419 | ,118 | ,418 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

maka dapat dilihat persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,375 + 0,463 X1 + 0,419 X2 + e$$

3.4 Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 56 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,48047359 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,117 |
| | Positive | ,103 |
| | Negative | -,117 |
| Test Statistic | | ,117 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,055 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pengolahan data menggunakan uji normalitas dengan rumus Kolmogrov- Smirnov Test diperoleh nilai Sig sebesar 0,055 > 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

3.5 Uji Multikolinearitas

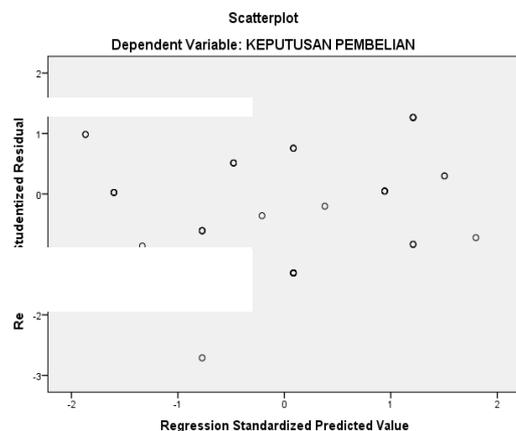
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | LOKASI | ,117 | 8,521 |
| | HARGA | ,117 | 8,521 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel dalam penelitian ini 8,521 < 10,000 sedangkan nilai toleransi semua variabel 0,117 > 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

3.6 Uji Heteroskedasitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedasitas

Dari Gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.7 Uji Parsial (Uji-T)

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,05 sehingga distribusi t_{tabel} 2,005.

Tabel 8. Hasil Uji-T Coefficients^a

| Model | T | Sig. |
|--------------|-------|------|
| 1 (Constant) | 7,400 | ,000 |
| LOKASI | 4,704 | ,000 |
| HARGA | 3,561 | ,001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Variabel Lokasi t_{hitung} 4,704 $>t_{tabel}$ 2,005 dan nilai signifikan 0,000 $< 0,05$ dan Variabel Harga t_{hitung} 3,561 $>t_{tabel}$ 2,005 dan nilai signifikan 0,001 $< 0,05$. Hal ini berarti Lokasi dan Harga mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3.8 Uji Simultan (Uji-F)

Nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,05 sehingga distribusi t_{tabel} 3,17.

Tabel 9. Hasil Uji-F ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 135,303 | 2 | 67,651 | 282,391 | ,000 ^b |
| Residual | 12,697 | 53 | ,240 | | |
| Total | 148,000 | 55 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

Menunjukkan bahwa nilai sig. 0,00 $< 0,05$ dan F_{hitung} 282,391 $>F_{tabel}$ 3,17 maka variabel X1 dan X2 (Lokasi dan Harga) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

3.9 Analisis Koefisien Determinan

Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinan

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,956 ^a | ,914 | ,911 | ,489 |

a. Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai R -Square sebesar 0.914 sama dengan 91,4 %, berarti hubungan antara variabel independen yaitu Lokasi dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian sebesar 91,4 % artinya hubungannya sangat kuat dan sisanya 8,6 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada UMKM Burger Bunda.
2. Variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada UMKM Burger Bunda.
3. Variabel Lokasi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada UMKM Burger Bunda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Biantoro, R. 2021. *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR*. PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 6(1), 40-49.
- [2]. Hidayat, T. 2020. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu Manajemen, 17(2), 109-119.
- [3]. Hakim, M. M. D., & Yahya, Y. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(11).
- [4]. Magda, K. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffee Kartini Bandar Lampung*. In
- [5]. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- [6]. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- [7]. Umar, H. 2013. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Jakarta Business Research Center.
- [8]. Venessa, I. 2017. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, 44-48.