



**PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAFE STMJ DEPLOK**

(Studi Kasus pada Kafe STMJ Deplok Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

MOCHAMMAD ALWI SHIHAB

NPM 21701081367

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024



University of Islam Malang
REPOSITORY

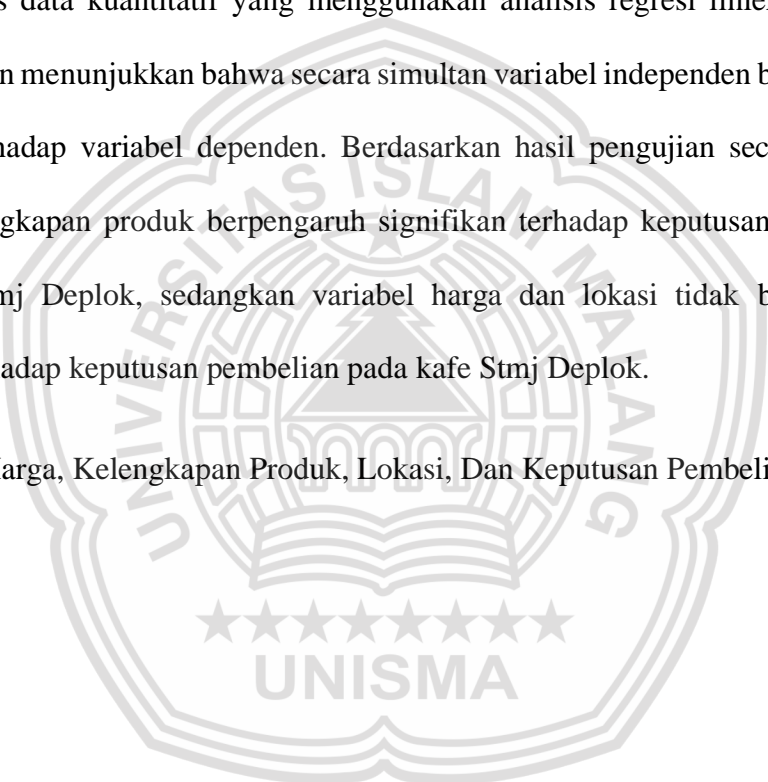


Hak Cipta Milik UNISMA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada kafe Stmj Deplok. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 pembeli di Stmj Deplok. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kafe Stmj Deplok, sedangkan variabel harga dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kafe Stmj Deplok.

Kata Kunci: Harga, Kelengkapan Produk, Lokasi, Dan Keputusan Pembelian

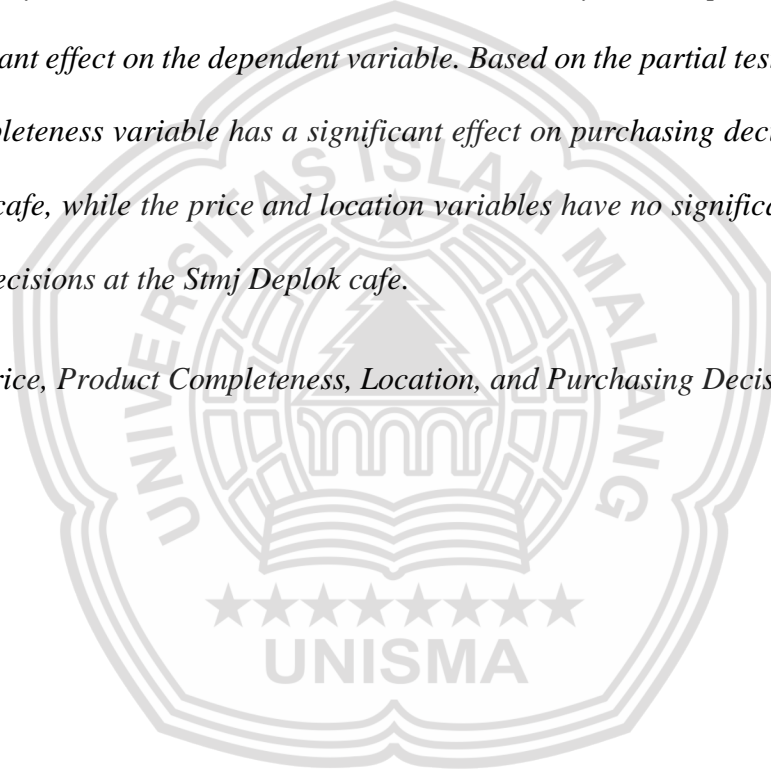




ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price, product completeness, and location on purchasing decisions at the Stmj Deplok cafe. The sample used in this study were 100 buyers at Stmj Deplok. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis method used in this research is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously the independent variable had a significant effect on the dependent variable. Based on the partial test results, the product completeness variable has a significant effect on purchasing decisions at the Stmj Deplok cafe, while the price and location variables have no significant effect on purchasing decisions at the Stmj Deplok cafe.

Keywords: Price, Product Completeness, Location, and Purchasing Decisions



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis sudah pasti para pengusaha merasakan persaingan dalam menciptakan strategi untuk memasarkan produknya. Minat pembeli menciptakan motivasi yang kuat dan keinginan yang pada akhirnya menjadikan para pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada pada benak pembeli. Sangat penting bagi seorang pengusaha untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen. Hal ini dikarenakan agar dapat menentukan pengambilan keputusan pembelian bagi konsumen.

Pentingnya dalam memahami perilaku konsumen, menjadi perhatian berbagai macam industri perdagangan yaitu industri kuliner. Di Kota Malang banyak industri kuliner yang berlomba mengembangkan usahanya dan bersaing demi merebut kepercayaan dan meningkatkan minat konsumen agar produk yang mereka tawarkan merupakan produk terbaik. Banyak pengusaha yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai dunia pasar kuliner. Hal ini disebabkan persaingan dalam kuliner sangat banyak dan harus meningkatkan kesadaran konsumen untuk tetap menjaga kualitas makanan atau minuman agar tetap sehat. Makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok semua makhluk. Masyarakat harus cerdas dalam memilih hal yang mereka konsumsi.

Agar tetap menjadi sumber tenaga atau imun tubuh tetap terjaga agar tidak mudah terkena penyakit.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam dunia persaingan bisnis adalah mencapai tujuan dengan implementasi atau tindakan dalam hal pelayanan yang baik dan citra yang baik sehingga konsumen akan timbul loyalitas yang berkelanjutan atau kata lain menjadi pelanggan tetap. Hal tersebut dapat dicapai dengan upaya untuk menghasilkan dan menyiapkan barang dengan kualitas baik dan jujur seperti yang diinginkan konsumen. Dengan kata lain, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya demi mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Begitupun lokasi yang menjadi sasaran bagi setiap konsumen.

Dari sudut pandang konsumen atau pembeli, bauran pemasaran yang ditunjukkan oleh penjual dapat berpengaruh. seperti yang dikatakan oleh Robert Lauterborn yang berpendapat bahwa 4P berhubungan dengan 4C pelanggan, yaitu :

1. Kebutuhan pelanggan (*Customer needs and wants*)
2. Biaya pelanggan (*Cost to the customer*)
3. Kemudahan (*Convenience*)
4. Komunikasi (*Communication*)

Maka, pentingnya memenuhi kebutuhan pelanggan secara ekonomis, mudah dan dengan komunikasi yang efektif.

Setiap konsumen pasti memiliki harapan bahwa tempat kuliner yang di kunjungi mampu memberi kepuasan bagi mereka. Hal ini meliputi faktor harga, kelengkapan produk, serta lokasi. Sebagai contoh yaitu tersedianya beragam jenis kebutuhan untuk kenyamanan saat mengonsumsi makanan atau minuman ditempat dengan nyaman. Bagi dunia kuliner kelengkapan bahan dan alat sebagai faktor yang penting bagi konsumen.

Pertimbangan pembeli berdasarkan kualitas dan harga yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa yang diberikan oleh penjual. Hal ini yang memicu pembeli untuk membandingkan harga dan memilih tempat membelanjanya. Dan yang menjadi pertimbangan mendasar bagi konsumen dalam berbelanja yaitu tingkat harga. Karena, harga adalah suatu hal yang paling *sensitive* diantara faktor yang lainnya. Kemudian di era digital saat ini maraknya dan sudah menjadi sarana jual beli online menggunakan aplikasi seperti Grabfood, Shopeefood dan Gofood yang masing-masing mampu mencapai pembeli yang jauh. Tidak hanya itu, masing-masing penjual dapat memberikan *discount*, sehingga konsumen akan lebih tertarik berbelanja pada toko yang memberikan diskon.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe STMJ Deplok, Kota Malang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jabarkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kafe STMJ Deplok?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe STMJ Deplok?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe STMJ Deplok?
4. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kafe STMJ Deplok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan penelitian, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan agar dapat manfaat dan digunakan untuk:

1. Bagi penulis, penelitian ini tentunya bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan dalam menulis serta pengalaman bagi peneliti dalam berpikir. Hal ini juga berpengaruh untuk menambah wawasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari harga, kelengkapan produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk para pembaca dalam menambah informasi mengenai bahan kajian dalam faktor harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti berikutnya, dapat menjadi pendorong untuk terus berkarya dan sebagai penambahan wawasan serta sebagai referensi dan sebagai bahan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan suatu penelitian yang tidak jauh berkaitan dengan harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan dan Keterbatasan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Dilihat dari hasil penelitian yang telah didapat, maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga, variabel kelengkapan produk, dan variabel lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- b. Dilihat dari hasil penelitian yang telah didapat, maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- c. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- d. Dilihat dari hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keterbatasan penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan di STMJ Deplok, maka hasil penelitian ini

hanya bisa diterapkan pada STMJ Deplok.

- b. Alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner oleh karena itu data yang diperoleh dan dikelola hanya berdasarkan kuesioner yang telah didapatkan.
- c. Variabel bebas yang digunakan untuk meneliti yaitu harga, kelengkapan produk, dan lokasi memiliki kontribusi sebesar 47.7% terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian, yang diterima 52.3% didukung faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan data dan kesimpulan yang telah didapatkan diatas, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Adapun jawaban terendah dari responden terkait item pertanyaan dari setiap variabel harus diperhatikan oleh perusahaan:

- 1) Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada variabel harga diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di STMJ Deplok. Sehingga STMJ Deplok tetap harus bisa meningkatkan harga yang diberikan kepada para konsumen seperti yang diharapkan oleh mayoritas konsumen, disebabkan dengan harga yang baik akan mendatangkan konsumen untuk membeli di STMJ

Deplok karena para konsumen merasa puas akan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang mereka nikmati.

- 2) Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada variabel kelengkapan produk diperoleh hasil bahwa berpengaruh hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diharapkan kepada STMJ Deplok untuk terus mempertahankan dan meningkatkan beraneka ragam merek produk, serta juga dapat terus memberikan ketersediaan produk yang maksimal yang mempengaruhi kelengkapan produk kepada konsumen. Sehingga berdampak kepada para konsumen untuk dapat membuat terus datang kembali karena merasa puas akan yang mereka dapatkan di STMJ Deplok.

b) Bagi penelitian selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang hendak melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar:

- 1) Dapat menambah jumlah sampel.
- 2) Dapat menambahkan variabel penelitian lain yang akan diteliti.
- 3) Dapat memperbarui pernyataan dan indikator dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. A. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko ANDI SPORT Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Amanah, D., & Layla, A. A. (2019). Pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen online shop tokopedia. com di fakultas ekonomi jurusan manajemen Universitas Negeri Medan. *LIABILITIES (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(2), 125-138.
- Aminullah, R., Suharto, A., & Diansari, T. (2018). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 204-218.
- Basu Swastha. (2012) .Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Fajar Laksana. (2008). Manajemen Pendekatan Produk, Yogyakarta: Graha Ilmu, h.117- 118.
- Gilbert, David, (2003), Retail Marketing Management. New Jersey: PrenticeHall, 113
- Gustina, H. (2018). *Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Kotler Philip. 2012, Manajemen Pemasaran, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. & Keller, Amstrong. (2012). Marketing Management. New Jersey : Prentice Hall.
- Ma'ruf, Hendry. (2006). Pemasaran Ritel. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Maharaja, R., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Johor Mas Medan. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 4(2), 400-410.
- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan

Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).

Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., & Putri, S. E. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPIMA AJA. *Solusi*, 21(1), 453-469.

Sari, M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bangunan Bagus Jaya Putukrejo Kabupaten Nganjuk* (Doctoral dissertation, Universitas Kadiri).

Shandy, I. A. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Lulumart Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 174.

Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel: Teori, Praktik, dan Kasus Ritel. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.*

Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen.

Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel_Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.*

William J Stanton. (2010) *Prinsip Pemasaran*, jilid I Edisi 7. Jakarta: Erlangga, h. 25.

