

**ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, dan KELENGKAPAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi kasus Toko Putra Motor desa batu  
urip kecamatan – Jember)**

**Rois Aminullah, Akhmad Suharto, Tatit Diansari**  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember  
Roisaminullah4@gmail.com

**ABSTRACT**

*The formulation of problem in this research is how to analyze the influence of price, location, and completeness of product to decision of purchasing at shop of motor son of Batu urip village Sumberbaru - jember. The purpose of this research is to know and analyze the influence of price, location, and completeness of product to purchase decision simultaneously and partially. There has been much research on the effect of price, location, and completeness of the product on purchasing decisions. These studies although both use the price, location, and completeness of product and purchase decisions, but obtained different results. Therefore it is necessary to conduct research again as a comparison with research that has been. The type of descriptive quantitative research using purposive sampling method with a sample of 96 respondents. The nature of the research is explanatory. The result of matching test obtained shows that the variable of price, location, and completeness of the product is able to explain the variation that happened in the buying decision at the shop of the son of the village of Batu urip Sumberbaru - Jember. Each variable has a positive and significant effect on the sales volume in the shop of motor son of Batu urip village Sumberbaru - jember.*

*Keywords: price, location, completeness of product and purchase decision*

**ABSTRAK**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada toko putra motor desa batuurip kecamatan sumberbaru - jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Telah banyak dilakukan penelitian tentang pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian-penelitian tersebut walaupun sama-sama menggunakan harga, lokasi, dan kelengkapan produk dan keputusan pembelian, namun didapatkan hasil yang berbeda-beda. Maka dari pada itu perlu diadakan penelitian lagi sebagai pembandingan dengan penelitian yang sudah-sudah. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 96 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (explanatory). Hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kelengkapan produk mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan pembelian di toko putra motor desa batuurip kecamatan sumberbaru - jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada toko putra motor desa batuurip kecamatan sumberbaru - jember.

Kata Kunci: harga, lokasi, kelengkapan produk dan keputusan pembelian

## PENDAHULUAN

Saat ini persaingan dalam penjualan sparepart dan accessories motor sangat ketat, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Beberapa toko yang terbaik meliputi produk yang berkualitas atau memiliki diferensiasi yang berbeda dengan perusahaan lain harga yang terjangkau dan bersaing, kelengkapan produk bahkan lokasi yang ditempati harus strategis agar mudah dan terlihat orang. Kendaraan roda dua atau biasa kita sebut motor sekarang sudah menjadi raja jalanan, hampir tidak ada celah yang luput dari keberadaan motor. Suatu fenomena yang luar biasa di era globalisasi seperti sekarang ini, pilihan masyarakat untuk menggunakan motor karena simple anti macet dan juga dari suku jadang murah untuk kalangan menengah kebawah. Banyaknya pelaku bisnis di bidang sejenis juga akan berdampak pada semakin meningkatnya kuantitas produk di pasar. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan telah pula menjadi salah satu topik permasalahan bisnis sehari-hari. Untuk itu pula, tingkat persaingan akan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun dan di masa-masa yang akan datang. (Purnama, 2011)

Kendaraan roda dua atau biasa kita sebut motor sekarang sudah menjadi raja jalanan, hampir tidak ada celah yang luput dari keberadaan motor. Suatu fenomena yang luar biasa di era globalisasi seperti sekarang ini, pilihan masyarakat untuk menggunakan motor karena simple anti macet dan juga dari suku jadang murah untuk kalangan menengah kebawah. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik maka diperlukan perawatan dan servis berkala. Untuk itu

sangat dibutuhkan jasa dan suku cadang motor yang lengkap. Toko sparepart dan accessories motor adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua atau umumnya disebut motor. (Mulyanto, 2011)

Toko Putra Motor merupakan salah satu toko yang menjual sparepart dan accessories motor di desa batu urip kecamatan sumberbaru jember, yang kehadirannya dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang sparepart dan accessories motor. Toko Putra Motor baru berdiri pada tahun 2007 yang ada di jalan PB. Sudirman atau sering disebut juga depan pasar batu urip. Bila dibandingkan dengan toko sparepart dan accessories lainnya Toko Putra Motor memiliki keunikan sendiri, dimana harga yang terjangkau dan berkualitas, kemudahan dalam mengakses lokasi, dan produk yang ditawarkan bervariasi. Toko Putra Motor menjual produk-produk yang terbaru sesuai dengan kebutuhan konsumen dan harga yang terjangkau. Mulai dari ban luar, ban dalam, oli, lampu, pelek, ruji, kampas rem dll. Namun barang yang paling laris di toko ini adalah ban, oli, dan kampas rem.

Disisi lain untuk melaksanakan penjualan tersebut dibutuhkan suatu tempat atau lokasi yang strategis yang mudah di akses oleh konsumen. Dalam memilih lokasi yang tepat akan mendapatkan keuntungan yaitu pertama, merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan toko itu sendiri. Yang artiannya adalah bahwa dengan perusahaan memiliki lokasi yang terjangkau oleh konsumen maka umur akan berdirinya perusahaan tersebut akan bertahan lama. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan bisnis ritel pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari

segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan keberlangsungan toko saat awal maupun dimasa mendatang. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup jual beli secara terus-menerus pada perusahaan. (Siahaan, 2013)

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Pemasaran

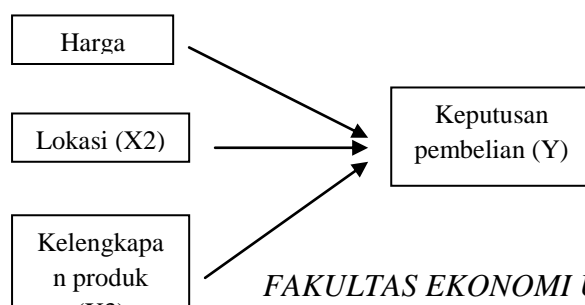
**Pemasaran** (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Salah satu definisi yang baik dan disingkat pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal berikut: *pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.* (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009)

### 2. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Anoraga, 2004:223).

### 3. Kerangka Pemikiran

Untuk lebih jelasnya tentang kerangka konseptual yang membentuk penelitian ini akan disajikan kerangka konseptual sebagai berikut :



## 4. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara atau pendapat yang masih lemah sehingga perlu dibuktikan kebenarannya (Sugiyono, 2009:93). Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

H1 : Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

H2 : Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

H3 : Kelengkapan Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

## METODE PENELITIAN

### 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### a. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen ( Variabel bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2008:39).

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2008:39).

#### b. Definisi Operasional Variabel

1. Harga

Menurut Simamora (2001:31), pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Barang yang dijual oleh Toko Putra Motor dengan harga terjangkau dan

harganya bersaing dengan pesaing yang lain dan juga harga yang berkualitas.

## 2. Lokasi

Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa lokasi adalah dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatan operasi. Lokasi dari Toko Putra Motor parker yang cukup luas untuk beberapa mobil dan juga beberapa motor dan lokasi yang strategis karena dekat dengan pasar desa batu urip kecamatan sumberbaru jember

## 3. Kelengkapan Produk

Kotler dan Amstrong (2005) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dipenuhi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan Kelengkapan produk merupakan suatu kegiatan pengadaan barang dalam suatu bisnis yang bertujuan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai dalam mencapai tujuan suatu bisnis.

## 4. Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Armstrong (2005) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian di Toko dapat terjadi secara kebiasaan atau rutinitas, pembelian karena ada kebutuhan terhadap suatu produk, dan pembelian yang terjadi secara spontan atau tidak memiliki niat

membeli sebelum memasuki ke Toko Putra Motor.

## b. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011:80).

### 2. Sampel

Sugiyono (2010:116) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

## 2. Metode Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil (Sugiyono, 2009:130).

### b. Observasi

Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis di tempat penelitian yaitu di Toko Putra Motor.

### c. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2009:135).

### 3. Metode Analisis Data

#### a. Uji Instrumen Data

##### 1. Uji Validitas

Ghozali (2006:45) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

##### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk.

#### b. Uji Regresi Linier Berganda

Model yang tepat adalah model Regresi Berganda. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 16.0. Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b1 = koefisien regresi dari variabel harga

b2 = koefisien regresi dari variabel lokasi

b3 = koefisien regresi dari variabel kelengkapan produk

X1 = harga

X2 = lokasi

X3 = kelengkapan produk

e = factor pengganggu diluar model (kesalahan regresi) (Ghozali, 2005).

#### c. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui model persamaan regresi linier berganda tersebut

apakah telah memenuhi syarat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE), maka harus diadakan pengujian untuk memenuhi asumsi klasik, pengujian asumsi klasik adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi. Model persamaan regresi linier berganda datanya berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokolerasi (Ghozali, 2005).

##### 1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dengan model regresi.

##### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali,2006).

##### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independent dan dependent harus berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006).

#### d. Pengujian Hipotesis Penelitian

##### 1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk menguji signifikan masing-masing variabel bebas secara parsial atau mengetahui variabel bebas mana yg lebih berpengaruh diantara kedua variabel bebas terhadap variabel terikat.

## 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu suatu uji mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Criteria untuk menguji hipotesis adalah:

- a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test diatas yaitu :

$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$  Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu secara simultan terhadap variabel terikat.

$H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Artinya : ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

- b. Menentukan F table dan F hitung. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% maka :

Jika F hitung  $>$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Jika F hitung  $<$  F tabel, maka  $H_0$  diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

### e. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar variabel independen  $X_1, X_2, X_3$  kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Perusahaan

#### Sejarah Perusahaan

Toko Putra Motor merupakan salah satu dari bidang sparepart dan acesories motor yang terdapat di desa batu urip kecamatan sumberbaru - jember. Swalayan Bravo didirikan pada tahun 2007 dengan nama Toko Putra Motor. Pada awalnya Toko Putra Motor hanya menjual beberapa produk yang dihasilkan namun dengan kegigihan pihak pengelola maka makin lama makin berkembang sampai saat ini. Toko Putra Motor berlokasi di desa dekat dengan pasar batu urip, rumah penduduk bahkan toko-toko yang ada disekitarnya. Jadi dengan didirikannya Toko Putra Motor tersebut diharapkan dapat memperluas usaha yang telah ada, sedangkan langkah awal yang dilakukan oleh pendirinya untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah memperluas pangsa pasar dan lebih lengkap lagi dalam menjual sparepart dan accessories motor, menambah sarana dan prasarana yang dibutuhkan, merekut sejumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dengan menerapkan sistem dan prosedur yang sesuai dengan perkembangan bentuk usaha yang telah didirikannya.

#### 2. Tujuan Didirikan Toko Putra Motor

Sebagai suatu perusahaan Toko Putra Motor didirikan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh profit atau keuntungan dari usaha demi kelangsungan hidup Toko.
- b. Memperluas usaha yang telah dikelola oleh pemiliknya.
- c. Memberikan lapangan pekerjaan pada masyarakat sekitarnya khususnya masyarakat desa batu urip kecamatan sumberbaru - jember pada umumnya.

- d. Memenuhi kebutuhan masyarakat. Penetapan tujuan toko ini merupakan langkah awal yang sangat penting karena dengan tujuan tanpa ada perencanaan yang matang Toko Putra Motor tidak akan dapat berkembang dengan baik.

### 3. Lokasi Toko Putra Motor

Toko Putra Motor berlokasi di jalan PB. Sudirman desa batu urip kecamatan sumberbaru – jember. Lokasi ini cukup strategis karena selain dekat dengan pemukiman penduduk juga dekat dengan sekolahan dan dekat dengan pasar batu urip untuk menjangkau lokasi Toko tersebut sangat mudah dan baik dengan alat transportasi umum apalagi dengan kendaraan pribadi, mengingat letaknya yang berada di pinggir jalan dan fasilitas yang telah disediakan seperti tempat parkir kendaraan baik roda dua maupun roda empat sangat mencukupi atau luas dan aman.

### 4. Gambaran Umum Responden

Data diperoleh dari kuisioner yang telah disebarkan kepada konsumen Toko Putra Motor yang berada Jl. PB Sudirman desa batu urip kecamatan sumberbaru – jember. Total kuisioner yang disebarkan adalah 96 kuisioner, menggunakan purposive sampling. Jawaban dari kuisioner tersebut digunakan sebagai bahan menganalisis harga, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

#### a. Karakteristik Responden

Terdapat dua criteria responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu jenis kelamin konsumen Toko Putra Motor dan usia.

1. Jenis kelamin konsumen Toko Putra Motor

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas responden laki-laki sebanyak 64 responden dan responden perempuan sebanyak 32 responden.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	64	67
Perempuan	32	33
Total	96	100

#### 2. Usia

Usia responden terbagi dalam 5 kelompok dari 50 responden, yaitu 17-25 tahun, antara 25-35 tahun, antara 35-45 tahun, antara 45-50 tahun dan > 55 tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati kriteria responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
17-25	32	33
25-35	37	39
35-45	15	16
45-50	7	7
≥ 50	5	5
Total	96	100

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan usia dari responden berusia ≤ 25 tahun sebanyak 32, responden berusia 25-35 tahun sebanyak 37 orang, responden berusia 35-45 tahun sebanyak 15 orang, responden 45-50 tahun sebanyak 7 orang, dan responden ≥ 50 tahun sebanyak 5 orang.

## 5. Uji Instrumen Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor pertanyaan dengan total skor konstruksi atau variabel. Apabila korelasi masing-masing skor pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan atau kurang dari  $\alpha = 0,05$  maka kuisioner dikatakan valid.

Tabel 4.15 validitas kuisioner

Pernyataan	Sig (2-tailed)		A	Keterangan
<b>Harga</b>				
X1.1	0,000	<	0,05	Valid
X1.2	0,000	<	0,05	Valid
X1.3	0,000	<	0,05	Valid
<b>Lokasi</b>				
X2.1	0,000	<	0,05	Valid
X2.2	0,000	<	0,05	Valid
X2.3	0,000	<	0,05	Valid
<b>Kelengkapan Produk</b>				
X3.1	0,000	<	0,05	Valid
X3.2	0,000	<	0,05	Valid
X3.3	0,000	<	0,05	Valid

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa seluruh nilai sig (*2-tailed*) indicator memiliki nilai lebih kecil daripada nilai signifikan 0,05, sehingga kuisioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid.

### b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dari masing-masing factor dengan menggunakan Uji Alpha-Cronbach. Kuisioner dinyatakan reabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar 0,6. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16 Realibilitas Kuisioner

Variabel	Cronbach's Alpha	Cutt Off	Keterangan
Harga	0.744	> 0,6	Reliabel
Lokasi	0.746	> 0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk	0.775	> 0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.697	> 0,6	Reliabel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian untuk masing-masing insikator reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan secara linier antara variabel dependen dengan variabel-variabel independen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signif ikansi
1	Konstanta	0,489	0,879	0,384
2	Harga (X1)	0,279	2,951	0,004
3	Lokasi (X2)	0,280	4,771	0,000
4	Kelengkapan Produk (X4)	0,437	4,781	0,000

Berdasarkan Tabel 4.17 maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,489 + 0,279X_1 + 0,280X_2 + 0,437X_3$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Harga

X2 : Lokasi

X3 : Kelengkapan Produk

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta 0,489 menunjukkan besaran keputusan pembelian 0,489



satuan pada saat harga, lokasi, dan kelengkapan produk sama dengan nol.

2.  $b_1 = 0,279$  artinya meningkatnya harga 0,279 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi lokasi dan kelengkapan produk konstanta.
3.  $b_2 = 0,280$  artinya meningkatnya lokasi 0,280 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik lokasi akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi harga dan kelengkapan produk konstanta.
4.  $b_3 = 0,437$  artinya meningkatnya kelengkapan produk 0,437 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian apabila harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti semakin baik kelengkapan produk akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian dengan asumsi harga dan lokasi konstanta.
5. Harga berpengaruh positif (+) terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik Harga yang ditawarkan oleh Toko Putra Motor bersaing dengan Toko sparepart dan accessories lainnya.
6. Lokasi berpengaruh positif (+) terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin mudah dalam mengakses jalan ke Toko Putra Motor.
7. Kelengkapan produk berpengaruh positif (+) terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin

banyak produk yang ditawarkan oleh Toko Putra Motor dengan ukuran bervariasi.

### c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.19 Hasil Uji t

N o	Variabel	Sig. Hitung		Taraf Signifika nsi	Keteran gan
1	Harga	0,004	<	0,05	Signifik an
2	Lokasi	0,000	<	0,05	Signifik an
3	Kelengka pan Produk	0,000	<	0,05	Signifik an

Berdasarkan tabel 4.19 diperoleh hasil uji t yang dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,004 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian.
2. Hasil uji lokasi mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik

lokasi akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian.

3. Hasil uji kelengkapan produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kelengkapan produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian yang berarti semakin baik kelengkapan produk akan berdampak pada semakin baiknya keputusan pembelian.

#### d. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama di uji dengan menggunakan uji F. Jika signifikansi < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Begitu pula sebaliknya, jika signifikansi > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Tabel 4.19 Hasil Uji F

Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	Keterangan	
<b>0,000</b>	<	0,05	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa nilai signifikansi hitung lebih besar dari pada taraf signifikansi, yakni  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Putra Motor.

#### e. Uji Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi

No	Kriteria	Koefisien
1	<i>R</i>	0,925
2	<i>R Square</i>	0,855
3	<i>Adjusted R Square</i>	0,850

Hasil output SPSS menunjukkan nilai *Adjusted R Square* 0,850. Hal ini menunjukkan bahwa 85% keputusan pembelian konsumen di Toko Putra Motor di pengaruhi oleh harga, lokasi dan kelengkapan produk. Sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan.

#### 6. Pembahasan

Analisis regresi linier berganda, menunjukkan pengaruh variabel bebas (harga, lokasi, dan kelengkapan produk) secara parsial dan simultan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil pengujian secara statistic menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Putra Motor di desa batu urip kecamatan sumberbaru – jember. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

##### 7. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistic yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Harga, lokasi, dan kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara statistic diperoleh nilai signifikansi harga 0,004 lebih kecil dari 0,05, lokasi sebesar 0,000 lebih kecil 0,05, kelengkapan produk sebesar 0,000 lebih kecil 0,05, temuan ini mendukung hipotesis yang menyatakan harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

b. Harga, lokasi, dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara statistic diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, temuan ini mendukung hipotesis yang menyatakan harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

c. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,850 menunjukkan bahwa 85% keputusan pembelian di Toko Putra Motor dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kelengkapan produk. Sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dan persamaan.

## 8. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang dapat diberikan bagi pihak yang berkepentingan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

### a. Bagi Peneliti lain

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden agar hasil penelitian dapat lebih akurat atau mewakili populasi. Disarankan penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau mengganti variabel independen dalam penelitian ini dengan variabel lain yaitu harga yang di anggap juga pengaruh dalam keputusan pembelian.

### b. Bagi Toko Putra Motor

Berdasarkan penelitian ini yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan yaitu hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian lebih memperhatikan pada semua variabel yaitu harga, lokasi, dan kelengkapan produk dilihat dari hasil pengolahan data yang didapat melalui kuisioner yang telah diisi oleh pelanggan Toko Putra Motor desa batu urip kecamatan sumberbaru-jember tersebut diperoleh data bahwa peranan harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh, sehingga dengan lebih memperhatikan semua variabel diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan keputusan pembelian di Toko Putra Motor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis, Cetakan Ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P. Dan Amstrong, G. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 jilid 1
- Mulyanto, Edy, 2011. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ajsaka Motor Kudus*”.
- Purnama, Pradana Jaka, 2011. “*Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Murah di Sukoharjo)*”. Jurnal :

Fakultas Ekonomi Universitas  
Diponegoro Semarang.

Siahaan, Hetty Maria, 2013. “*Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Buku Togamas Bangkong Semarang)*”.  
Jurnal : Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Universitas  
Diponegoro.

Simamora, Bilson, 2001, *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, PT Gramedia  
Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.  
Bandung: AFABETA, cv.

