

# Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo

*by* Enika Uswatun Hasanah

---

**Submission date:** 04-Jul-2023 03:43PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2126344290

**File name:** n\_Pembelian\_Pada\_Day\_Art\_Probolinggo,\_Enika\_Uswatun\_Hasanah.docx (632.49K)

**Word count:** 3628

**Character count:** 24092



## **PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DAY ART PROBOLINGGO**

Enika Uswatun H<sup>1</sup>, Anajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
M. Iskak Elly<sup>2</sup>, Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
Yayuk Indah Wahyuning T<sup>3</sup>, Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
Email : [enikauswatunhasanah@gmail.com](mailto:enikauswatunhasanah@gmail.com), [iskak.elly@upm.ac.id](mailto:iskak.elly@upm.ac.id), [yayuk@upm.ac.id](mailto:yayuk@upm.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di Day Art Probolinggo dengan tujuan untuk menguji pengaruh signifikan antara Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian kain batik pada Day Art Probolinggo. Sampel yang digunakan yaitu Sampling Isidental yang berjumlah 65 responden dan menggunakan rumus Slovin. Data tersebut dianalisis menggunakan IBM SPSS 26 berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F (simultan), uji t (parsial) dan uji dominan. Berdasarkan uji hipotesis F (simultan) lokasi, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo dengan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $26,009 > 2,76$ ). Uji t lokasi dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,058)  $> t_{tabel}$  (1,999), harga dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,265)  $> t_{tabel}$  (1,999), dan kualitas produk dengan nilai  $t_{hitung}$  (2,672)  $> t_{tabel}$  (1,999). Variabel yang dominan adalah Kualitas Produk ( $X_3$ ) yaitu dengan nilai sebesar  $t_{hitung}$  (2,672) lebih besar dari variabel bebas lainnya.

**Kata Kunci:** Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

### **ABSTRACT**

This research was conducted at Probolinggo Day Art with the aim of examining the significant effect of Location ( $X_1$ ), Price ( $X_2$ ), and Product Quality ( $X_3$ ) on Purchase Decisions at Probolinggo Day Art. This type of research uses quantitative research with an associative approach. The population in this study were consumers who visited and purchased batik cloth on Probolinggo Art Day. The sample used is Incidental Sampling, amounting to 65 respondents using the Slovin formula. The data were analyzed using IBM SPSS 26 in the form of validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test ( $R^2$ ), F test (simultaneous), t test (partial) and dominant test. Based on hypothesis testing F (simultaneous) location, price, and product quality simultaneously influence the Purchase Decision on Probolinggo Day Art with the results  $F_{count} > F_{table}$  ( $26.009 > 2.76$ ). Location t test with  $t_{count}$  (2.058)  $> t_{table}$  (1.999), price with  $t_{count}$  (2.265)  $> t_{table}$  (1.999), and product quality with  $t_{count}$  (2.672)  $> t_{table}$  (1.999). The dominant variable is Product Quality ( $X_3$ ), with a value of  $t_{count}$  (2.672) greater than the other independent variables.

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

---

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Semakin ketatnya persaingan bisnis membuat pelaku bisnis dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga para pelaku bisnis yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Day Art Probolinggo merupakan nama usaha batik yang berada di Kota Probolinggo. Day Art Probolinggo ini memproduksi kain batik tulis berukuran 2 meter yang merupakan ukuran standard untuk dijadikan baju dan menyediakan beberapa jenis bordir. Semakin meningkatnya persaingan usaha produksi kain batik, maka penting bagi Day Art Probolinggo untuk memperhatikan lokasi, harga dan kualitas produk yang baik.

Peneliti mengetahui secara langsung ketika melakukan observasi dan terjun langsung yakni berupa lokasi usaha Day Art Probolinggo yang masuk ke dalam gang. Menurut Minarti & Ginoga (2022:108) "Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha". Sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan lokasi sebelum memulai usaha, karena lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen akan menentukan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Harga adalah sejumlah atau nilai uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk dan jasa atau kombinasi dari keduanya. Harga produk kain batik yang bervariasi mulai dari Rp 200.000 - Rp 1.500.000 tergantung pada kerumitan corak batik yang dibuat dan bahan yang digunakan. Harga yang ditawarkan cukup tinggi sehingga membuat konsumen berpikir kembali untuk membeli kain batik di Day Art Probolinggo. Jadi, tidak mudah bagi perusahaan untuk menentukan harga, perusahaan harus lebih berhati-hati dalam menentukan kebijakan terkait harga, karena harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang berperan penting dalam peningkatan volume penjualan.

Kualitas produk merupakan suatu aspek paling penting bagi perusahaan karena kualitas produk mampu menentukan tinggi rendahnya keputusan pembelian konsumen. Dengan kualitas produk yang bagus maka akan membuat perusahaan lebih unggul daripada pesaing lainnya dan minat para konsumen untuk membeli produk tersebut semakin meningkat. Kualitas produk dari kain batik di Day Art Probolinggo juga menjadi pertimbangan bagi pengrajin untuk tetap konsisten dalam pembuatan kain batik agar karena kualitas produk pesaing tidak kalah eksis dalam merebut perhatian konsumen.

Setiap orang pasti akan mempertimbangkan suatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Penempatan lokasi dan penggunaan harga dan kualitas produk sama-sama memiliki peranan yang sangat penting yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo".

---

### Rumusan Masalah

- Adakah pengaruh signifikan antara Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo ?
- Adakah pengaruh signifikan antara Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo?
- Diantara variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ), manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo?

### 48 TELAAH PUSTAKA

#### Lokasi

Menurut Lupiyoadi (2013 : 157) "Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan". Tjiptono (2014 :159) "Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya capital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi, dan memilih lokasi yang responsive terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang".

Menurut Tjiptono dalam Aprileny et al., 2021 : 247 "Indikator lokasi terdiri dari Akses, Visibilitas, Tempat Parkir, Lingkungan dan Kompetisi (Lokasi Pesaing)".

#### Harga

Menurut Haris (2016 : 117) "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya". Menurut Tjiptono (2019 : 290) "Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang atau jasa".

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019 : 42) "Terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Kelima indikator tersebut yaitu Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk, Daya Saing Harga, Kesesuaian Harga Dengan Manfaat dan Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan".

#### 50 Kualitas Produk

Menurut Haris (2016 : 43) " Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya". Menurut Kotler dalam Marwanto (2015 : 153) "Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun tersirat". Menurut Sopiah & Sangadji (2016 : 80) "Kualitas produk terdiri dari beberapa indikator, yaitu : *Performance* (Kinerja), *Reliability* (Keandalan), *Feature* (Fitur), *Durability* (Daya Tahan), Konsistensi dan *Design* (Desain)".

## Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019 : 70) “Keputusan Pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan”. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono dalam Indrasari (2019 : 74) “Dimensi dan indikator keputusan pembelian meliputi enam sub keputusan sebagai berikut : Pilihan produk, Pilihan Merk, Pilihan Penyalur, Waktu Pembelian dan Jumlah Pembelian”.

### Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Minarti dan Ginoga (2022) “Lokasi atau tempat usaha adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang diharapkan dapat mendukung keberhasilan program pemasarannya”. Penelitian yang dilakukan oleh Hulasoh & Riki (2022) membuktikan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian (Supartono, 2022) “Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan”. Penelitian yang dilakukan oleh (Supartono, 2022) membuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian (Supartono, 2022) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memperagakan fungsinya. Penelitian yang dilakukan oleh (Priantono, 2022) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian (Hulasoh & Riki, 2022) “Keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan suatu barang atau jasa dari beberapa alternatif pilihan yang sedang dibutuhkan konsumen”.

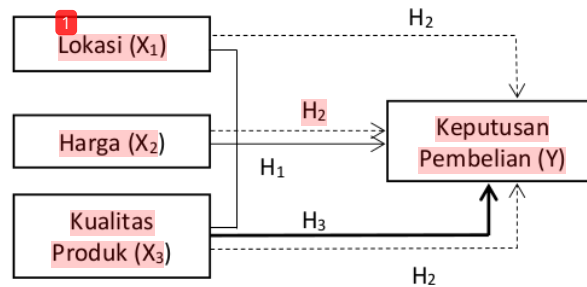
### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala”(Sujarweni, 2019 : 49). Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) yaitu lokasi, harga dan kualitas produk dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yaitu keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 responden didasarkan pada bulan Oktober sampai Desember 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis *Sampling Isidental*. Menurut Sugiyono (2017 : 85) “*Sampling Isidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data". Sampel yang digunakan yakni sebanyak 65 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Sumber data berupa data primer yakni data hasil penyebaran kuesioner tentang lokasi, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian. Sumber data sekunder penelitian ini yakni data yang didapat dari data yang diambil langsung dari perusahaan seperti data pengunjung dan penjualan, profil perusahaan pada Day Art Probolinggo serta lain-lain yang mendukung penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini berupa Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1 : Kerangka Berpikir  
 Sumber : Data yang diolah, 2023

Keterangan :

- Garis : —————> Pengaruh secara Simultan
- Garis : - - - - -> Pengaruh secara Parsial
- Garis : ————> Pengaruh Dominan

#### 4. <sup>23</sup> HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil penelitian

##### Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	X <sub>1</sub> r <sub>hitung</sub>	X <sub>2</sub> r <sub>hitung</sub>	X <sub>3</sub> r <sub>hitung</sub>	Y r <sub>hitung</sub>	Ketentuan	Keterangan
1	0,514	0.732	0.826	0.721	> 0,2441	Valid
2	0,535	0.613	0.740	0.621	> 0,2441	Valid
3	0,276	0.687	0.876	0.704	> 0,2441	Valid
4	0,701	0.688	0.875	0.752	> 0,2441	Valid
5	0,531	0.671	0.709	0.519	> 0,2441	Valid

6	0,337	0.706	0.436	0.720	> 0,2441	Valid
7	0,721	0.769	0.802	0.541	> 0,2441	Valid
8	0,757	0.668	0.877	0.489	> 0,2441	Valid
9	0,716	0.729	0.802	0.682	> 0,2441	Valid
10	0,694	0.773	0.669	0.492	> 0,2441	Valid

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 1 hasil analisis uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan  $> 0,2441$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka kuesioner dari variabel Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian mempunyai nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,2441), sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas

17 Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Lokasi ( $X_1$ )	0,791	> 0,60	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0,881	> 0,60	Reliabel
Kualitas Produk ( $X_3$ )	0,920	> 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,806	> 0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan pengujian pada tabel 2 uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,791, variabel harga ( $X_2$ ) 0,881, variabel kualitas produk ( $X_3$ ) 0,920, dan variabel keputusan pembelian (Y) 0,806. Karena masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel/ reliabel diterima.

#### Uji Asumsi Klasik

##### 7 Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1	0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

18 Hasil uji normalitas pada tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi melebihi angka 0,05 sehingga bisa dikatakan variabel tersebut berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

7  
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Ketentuan	Keterangan
Lokasi (X <sub>1</sub> )	0,560	1,786	< 10	Tidak Multikolinearitas
Harga (X <sub>2</sub> )	0,491	2,037	< 10	Tidak Multikolinearitas
Kualitas Produk (X <sub>3</sub> )	0,423	2,367	< 10	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

39 Pada tabel 4 di atas, diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel lokasi (X<sub>1</sub>) 12 adalah 0,560, variabel harga (X<sub>2</sub>) adalah 0,491 dan variabel kualitas produk (X<sub>3</sub>) adalah 0,423. Sementara itu nilai Variance Inflation Factor (VIF) lokasi (X<sub>1</sub>) sebesar 1,786, harga (X<sub>2</sub>) sebesar 2,037 dan kualitas produk (X<sub>3</sub>) sebesar 2,367 dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai tolerance seluruhnya > 0,1 atau nilai VIF seluruhnya < 10, sehingga asumsi pada model tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

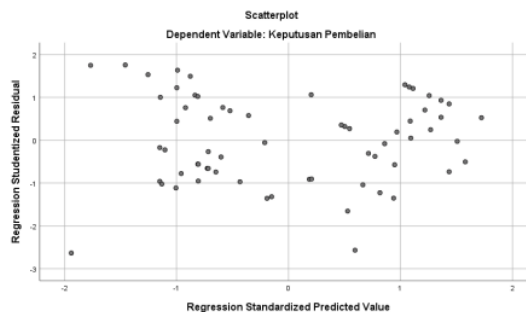
Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Ketentuan	Keterangan
1	1,972	-2 ≤ DW ≤ + 2	Tidak Autokorelasi

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

14 Berdasarkan tabel 5 di atas dapat diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,972 maka dapat disimpulkan bahwa data di atas tidak terjadi autokorelasi karena nilai DW berada di antara -2 dan +2.

d. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Analisis hasil output SPSS scatterplot pada gambar 1 di atas didapatkan titik-titik menyebar dan tidak berkumpul pada satu tempat atau serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi kesimpulannya variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam



model regresi ini. Sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya yaitu lokasi, harga, dan kualitas produk.

7

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
Lokasi (X <sub>1</sub> )	0,207	Hubungan Positif
Harga (X <sub>2</sub> )	0,256	Hubungan Positif
Kualitas Produk (X <sub>3</sub> )	0,279	Hubungan Positif

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 11.995 + 0.207 X_1 + 0.256 X_2 + 0.279X_3 + 3.705$$

- Nilai konstanta sebesar 11.995, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel lokasi, harga dan kualitas produk (nilai X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> adalah 0), maka keputusan pembelian batik pada Day Art Probolinggo nilainya adalah 11.995.
- Koefisien Regresi b<sub>1</sub> (lokasi) = 0,207 yang menunjukkan jika ada penambahan 1 satuan lokasi akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian sebesar 0,207.
- Koefisien Regresi b<sub>2</sub> (harga) = 0,256 yang menunjukkan jika ada penambahan 1 satuan harga akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian sebesar 0, 256.
- Koefisien Regresi b<sub>3</sub> (kualitas produk) = 0,279 yang menunjukkan jika ada penambahan 1 satuan kualitas produk akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian sebesar 0,279.

37

### Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	0,540	54% berpengaruh

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 7 di atas nilai Koefisien determinasi sebesar 0,540 (54%) yang berarti bahwa keputusan pembelian sebesar 54% dipengaruhi oleh lokasi, harga dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

- Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Ketentuan	Sig.	Ketentuan Sig.	Keterangan
-------	---	-----------	------	----------------	------------

1	26,009	2,76	0,000	0,05	Berpengaruh
---	--------	------	-------	------	-------------

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Dari tabel 8 di atas didapat nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $26,009 > 2,76$ ) dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian di Day Art Probolinggo.

b. Uji t (Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Lokasi ( $X_1$ )	0,044	$< 0,05$	Berpengaruh
Harga ( $X_2$ )	0,027	$< 0,05$	Berpengaruh
Kualitas Produk ( $X_3$ )	0,010	$< 0,05$	Berpengaruh

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

- 1) Variabel  $X_1$  (Lokasi) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,058 dengan tingkat signifikansi 0,044. Sehingga  $t_{hitung} 2,058 > t_{tabel} 1,999$  dan sig 0,044  $< 0,05$  maka artinya ada pengaruh signifikan antara variabel lokasi ( $X_1$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- 2) Variabel  $X_2$  (Harga) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,265 dengan tingkat signifikansi 0,027. Sehingga  $t_{hitung} 2,265 > t_{tabel} 1,999$  dan sig 0,027  $< 0,05$  maka artinya ada pengaruh signifikan antara variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- 3) Pada variabel kualitas produk ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,672 dengan tingkat signifikansi 0,010. Sehingga  $t_{hitung} 2,672 > t_{tabel} 1,999$  dan sig 0,010  $< 0,05$  maka artinya ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian.

c. Uji Dominan

Tabel 10. Hasil Uji Dominan

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	sig.	Keterangan
Lokasi ( $X_1$ )	0,233	2,058	0,044	Berpengaruh
Harga ( $X_2$ )	0,274	2,265	0,027	Berpengaruh
Kualitas Produk ( $X_3$ )	0,349	2,672	0,010	Berpengaruh

Sumber : Data diolah IBM SPSS 26, 2023

Untuk variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat dapat diketahui dari *Standardized Coefficients Beta* pada tabel 10 yaitu Kualitas Produk ( $X_3$ ). Pada variabel kualitas produk didapat nilai sebesar 0,279 nilai tersebut lebih besar dari

---

variabel lokasi ( $X_1$ ) = 0,207 dan variabel harga ( $X_2$ ) = 0,256. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,672 > nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas lainnya.

## 5 Pembahasan

### Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Day Art Probolinggo

Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. Hasil pengujian variabel Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (26,009 > 2,76) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka terbukti bahwa Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Minarti & Ginoga, 2022) membuktikan bahwa lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

### Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Day Art Probolinggo

Berdasarkan dari hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo.

- 1) Hasil pengujian diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel Lokasi lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 2,058 > 1,999 dengan nilai signifikansi = 0,044 < 0,05. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Day Art Probolinggo. Hasil tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hulasoh & Riki, 2022) menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 2) Hasil pengujian diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel Harga lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 2,265 > 1,999 dengan nilai signifikansi = 0,027 < 0,05. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Day Art Probolinggo. Hasil tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Supartono, 2022) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Priantono, 2022) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 3) Hasil pengujian diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Produk lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 2,672 > 1,999 dengan nilai signifikansi = 0,010 < 0,05. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Day Art Probolinggo. Hasil tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Supartono, 2022) yang

---

menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Priantono, 2022) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

#### **Pengaruh Dominan kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan dari hasil pengujian secara dominan menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan yang  $\leq 0,05$  atau dari *Standardized Coefficients Beta*. Pada variabel kualitas produk didapat nilai sebesar 0,349 nilai tersebut lebih besar dari variabel lokasi ( $X_1$ ) = 0,233 dan variabel harga ( $X_2$ ) = 0,274. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,672 > nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas lainnya. Hasil ini didukung oleh penelitian (Priantono, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

#### **6. KESIMPULAN**

13 Berdasarkan dari hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa : a) Ada pengaruh signifikan antara Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. b) Ada pengaruh signifikan antara Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo. c) Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 243–252.
- Haris, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis dan Praktik*. Surya Pena Gemilang.
- Hulasoh, E., & Riki, R. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Manset Safety di Toko Tawakal Pondok Aren – Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1). <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.97>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Kobis.
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114.

- 
- <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i2.165>
- Priantono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Keramik Viola Kota Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(2), 71–80. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i2.1115>
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Supartono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pasar Batik Trusmi Kabupaten Cirebon. *Jurnal Terapan Ilmu Pengetahuan*, 1(1), 76–84.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran - Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.

# Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Day Art Probolinggo

## ORIGINALITY REPORT

**21** %  
SIMILARITY INDEX

**21** %  
INTERNET SOURCES

**11** %  
PUBLICATIONS

**7** %  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

**1** [issuu.com](http://issuu.com) Internet Source **2** %

**2** [ejournal.upm.ac.id](http://ejournal.upm.ac.id) Internet Source **1** %

**3** [eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id) Internet Source **1** %

**4** [pascasarjanafe.untan.ac.id](http://pascasarjanafe.untan.ac.id) Internet Source **1** %

**5** [repository.unpas.ac.id](http://repository.unpas.ac.id) Internet Source **1** %

**6** [eprint.stieww.ac.id](http://eprint.stieww.ac.id) Internet Source **1** %

**7** [eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id) Internet Source **1** %

**8** [conference.binadarma.ac.id](http://conference.binadarma.ac.id) Internet Source **1** %

**9** [repository.umsu.ac.id](http://repository.umsu.ac.id) Internet Source **1** %

10	<a href="http://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://jim.unisma.ac.id">jim.unisma.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	Sari Belvia, Wendy Suhendry, Emilia Farida Budi Handayani. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE ULANG TAHUN SALTXSUCRE PONTIANAK", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2022 Publication	1 %
14	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	Ignatius Wolter Umboh, Lisbeth Mananeke, Indrie Palandeng. "PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU, PROSES PRODUKSI DAN KUALITAS TENAGA KERJA TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA PT CAVRON GLOBAL LEMBEAN", Jurnal EMBA : Jurnal Riset	<1 %

# Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022

Publication

---

18	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
19	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	<1 %
20	repositori.usu.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
21	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
22	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
23	ejournal.umpwr.ac.id Internet Source	<1 %
24	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
25	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
26	id.123dok.com Internet Source	<1 %
27	jurnal.polteq.ac.id Internet Source	<1 %

---



28

Internet Source

<1 %

---

29

[digilib.esaunggul.ac.id](http://digilib.esaunggul.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

30

[ojs.polmed.ac.id](http://ojs.polmed.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

31

[repositori.umsu.ac.id](http://repositori.umsu.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

32

[www.coursehero.com](http://www.coursehero.com)

Internet Source

<1 %

---

33

[123dok.com](http://123dok.com)

Internet Source

<1 %

---

34

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

<1 %

---

35

[es.scribd.com](http://es.scribd.com)

Internet Source

<1 %

---

36

[ppjp.ulm.ac.id](http://ppjp.ulm.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

37

Dimas Adha Septyan. "Faktor Penghambat Adopsi Mobile Banking Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Mulawarman",  
Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020

Publication

<1 %

---

38

[eprints.unpam.ac.id](http://eprints.unpam.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

39	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="https://repo.unr.ac.id">repo.unr.ac.id</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="https://usi.ac.id">usi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
42	Annisatun Nur Fitriani. "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN DI PT SEMEN INDONESIA LOGISTIK CABANG GULOMANTUNG GRESIK", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2019 Publication	<1 %
43	<a href="https://jurnal.unsur.ac.id">jurnal.unsur.ac.id</a> Internet Source	<1 %
44	<a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
45	<a href="https://repository.unib.ac.id">repository.unib.ac.id</a> Internet Source	<1 %
46	<a href="https://repository.upstegal.ac.id">repository.upstegal.ac.id</a> Internet Source	<1 %
47	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %
48	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %

49

[www.simantek.sciencemakarioz.org](http://www.simantek.sciencemakarioz.org)

Internet Source

<1 %

---

50

Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On