

Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Graha Candi Pratama (PT Persada Graha Utama)

Oleh:

Muhammad Afif Syaifudin

Dosen pembimbing : Misti Hariasih, SE, MM

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2023

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya jumlah penduduk di suatu wilayah maka permintaan akan kebutuhan tempat tinggal juga akan meningkat, semakin meningkatnya jumlah permintaan akan tempat tinggal menyebabkan timbulnya banyak perusahaan-perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen akan tempat tinggal. Maka dari itu persaingan antara perusahaan semakin ketat karena tingginya permintaan konsumen. Dengan bertambahnya jumlah penduduk yang semakin banyak di Wilayah Sidoarjo maka akan menuntut kebutuhan primer atau rumah bagi setiap keluarga.

Keputusan pembelian berkaitan erat dengan perilaku konsumen dalam menentukan suatu pilihan produk yang akan dibelinya. Perilaku keputusan pembelian ini menjadi penting untuk diteliti karena membuat konsumen mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan terhadap produk. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian, diantaranya lokasi, kualitas produk, dan harga.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama?

TUJUAN MASALAH

1. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama
3. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan data yang dapat diukur atau dihitung yang dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan. Penelitian ini mengungkapkan pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama dengan pendekatan kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Perumahan Graha Candi Pratama yang merupakan proyek dari PT. Persada Graha Utama yang beralamatkan di Desa Candinegoro, Wonoayu- Sidoarjo.

Jenis dan Sumber Data

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer. Dalam hal ini data diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada penelitian yang di lakukan dan selanjutnya akan dianalisis untuk dijadikan pembahasan. Data primer dalam penelitian ini yaitu mengenai hasil penyebaran kuesioner mengenai pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Perum Graha Candi Pratama (PT Persada Graha Utama). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik judgmental sampling. Adapun kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu responden merupakan pemilik rumah di perumahan Graha Candi Pratama (PT Persada Graha Utama) dengan pertimbangan bahwa ciri-ciri tersebut responden memiliki pemahaman yang baik atas kuesioner yang diberikan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

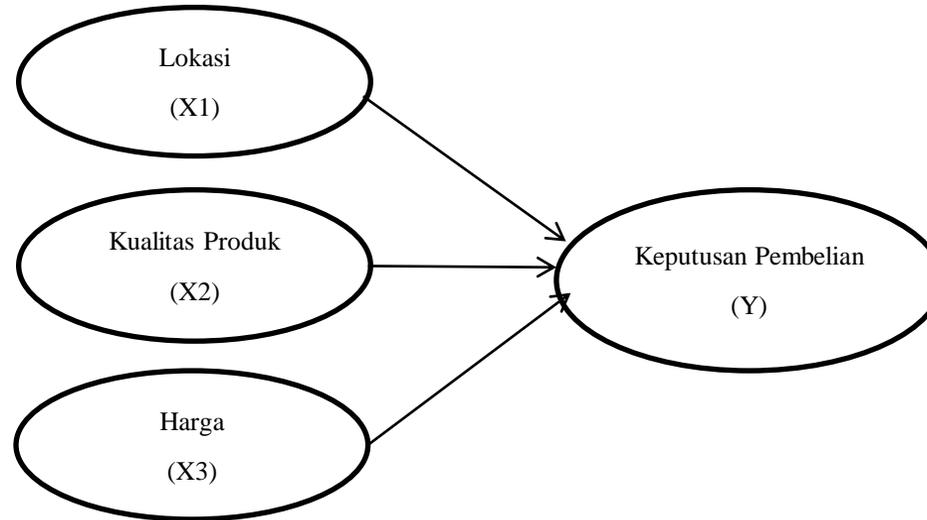
METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner (angket) selanjutnya di analisis dengan bantuan software SPSS versi 22. Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan Skala Likert dan skala nominal. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, dan pengukuran variabel bebas maka alternatif jawaban pada penelitian ini dioperasionalkan seperti disajikan pada tabel berikut :

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS



HIPOTESIS

H1: Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama

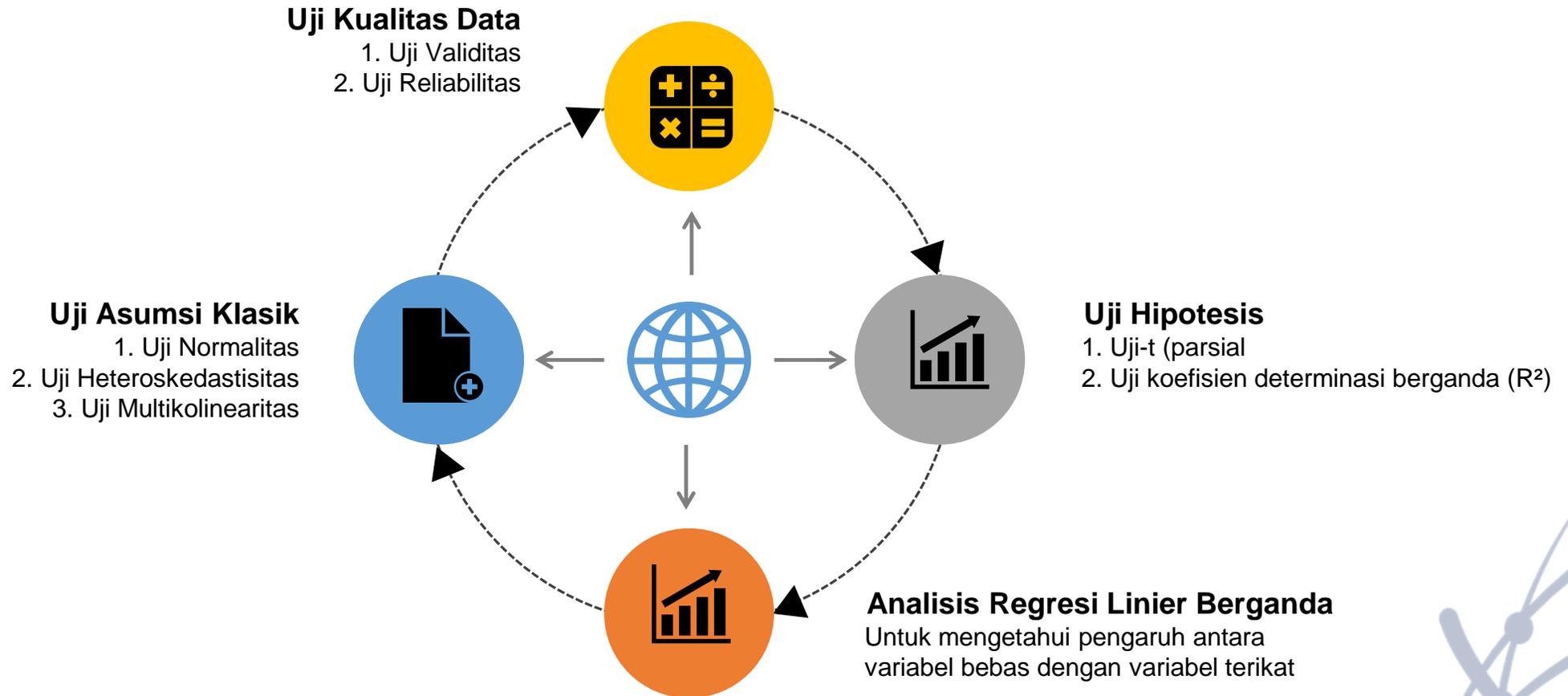
H2: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama

H3: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama

INDIKATOR VARIABEL

Variabel	Indikator	Tingkat Pengukuran
Lokasi (X1) [14]	<ol style="list-style-type: none">1. Akses2. Visibilitas3. Lalu Lintas	Interval
Kualitas Produk (X2) [18]	<ol style="list-style-type: none">1. Kinerja2. Fitur3. Kesesuaian dengan spesifikasi4. Ketahanan5. Keandalan6. Pelayanan7. Estetika8. Kualitas yang dipersepsikan	Interval
Harga(X3) [20]	<ol style="list-style-type: none">1. Keterjangkauan Harga2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Interval
Keputusan Pembelian(Y) [22]	<ol style="list-style-type: none">1. Kemantapan pada sebuah produk2. Kebiasaan dalam membeli produk3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk	Interval

TEKNIK ANALISIS DATA



UJI VALIDITAS

Dapat diketahui bahwa masing-masing variabel sudah memiliki nilai r-hitung yg lebih besar dari batas kritis yg telah ditentukan. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item yg dimasukkan dlm kuesioner sudah valid

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r _{Tabel}	Keterangan
Lokasi	X _{1.1}	0,837	0,1996	Valid
	X _{1.2}	0,766	0,1996	Valid
	X _{1.3}	0,548	0,1996	Valid
	X _{2.1}	0,637	0,1996	Valid
	X _{2.2}	0,702	0,1996	Valid
	X _{2.3}	0,389	0,1996	Valid
	X _{2.4}	0,659	0,1996	Valid
	X _{2.5}	0,652	0,1996	Valid
	X _{2.6}	0,631	0,1996	Valid
	X _{2.7}	0,689	0,1996	Valid
	X _{2.8}	0,689	0,1996	Valid
Harga	X _{3.1}	0,733	0,1996	Valid
	X _{3.2}	0,504	0,1996	Valid
	X _{3.3}	0,762	0,1996	Valid
	X _{3.4}	0,717	0,1996	Valid
Keputusan Pembelian	Y _{1.1}	0,825	0,1996	Valid
	Y _{1.2}	0,743	0,1996	Valid
	Y _{1.3}	0,707	0,1996	Valid

UJI REABILITAS

Item	Koefisien Reliabilitas	Hasil Uji
Lokasi	0,789	Reliabel
Kualitas produk	0,751	Reliabel
Harga	0,770	Reliabel
Keputusan pembelian	0,807	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, hal tersebut dikarenakan koefisien Cronbach's Alpha diatas 0,6.

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09525572
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.054
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

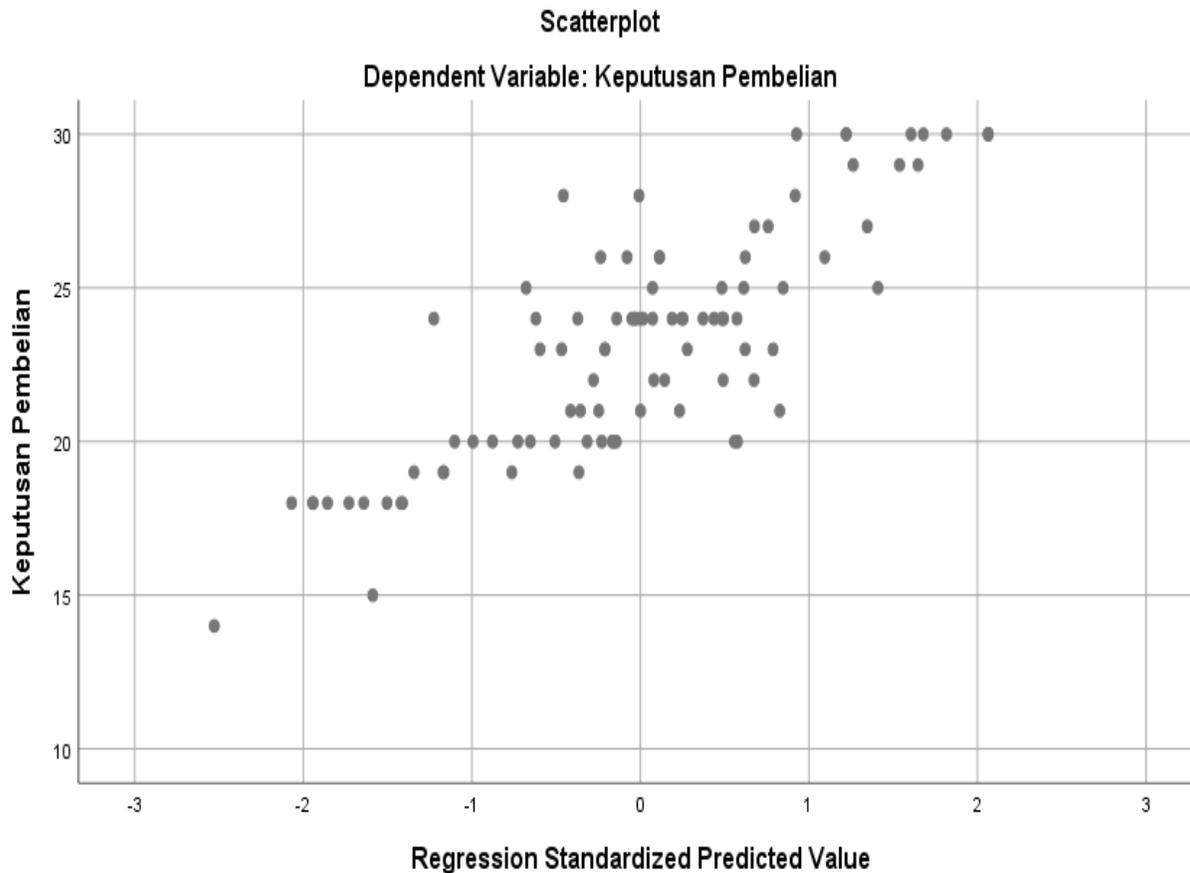
Berdasarkan hasil uji normalitas data dapat diperoleh nilai sig. lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,200 berdasarkan hasil tersebut maka data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lokasi	.954	1.086
Kualitas produk	.972	1.039
Harga	.964	1.057

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,10 atau nilai VIF diatas angka 1. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas multikolinearitas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS



Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa titik-titik yang pada grafik scatterplot tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan bebas heteroskedastisitas.

UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.148	1.076		7.573	.000
	Lokasi	.232	.058	.316	4.020	.000
	Kualitas Produk	.041	.019	.147	2.168	.033
	Harga	.202	.028	.520	7.187	.000

Konstanta

8,148 merupakan nilai konstanta yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan variabel bebas Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) naik atau berpengaruh maka nilai variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y) tetap konstan sebesar 8,148

Lokasi

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,232 menunjukkan bahwa variabel lokasi tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang artinya bahwa variabel lokasi meningkat satu kesatuan sebesar 0,232.

Kualitas Produk

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,041 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang artinya bahwa variabel kualitas produk meningkat satu kesatuan sebesar 0,041.

Lokasi

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,202 menunjukkan bahwa variabel harga tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang artinya bahwa variabel harga meningkat satu kesatuan sebesar 0,202.

UJI T (PARSIAL)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.148	1.076		7.573	.000
	Lokasi	.232	.058	.316	4.020	.000
	Kualitas Produk	.041	.019	.147	2.168	.033
	Harga	.202	.028	.520	7.187	.000

Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh variabel lokasi (X1) terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha=0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai t Tabel sebesar 1,985. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 4,020, karena nilai t hitung lebih besar dari t Tabel ($4,020 > 1,985$) maka disimpulkan bahwa maka secara parsial variabel lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama.

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh variabel kualitas produk (X2) terhadap Keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha=0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai t Tabel sebesar 1,985. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 2,168, karena nilai t hitung lebih besar dari t Tabel ($2,168 > 1,985$) maka disimpulkan bahwa maka secara parsial variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama.

Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh variabel harga (X3) terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha=0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai t Tabel sebesar 1,985. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 7,187, karena nilai t hitung lebih besar dari t Tabel ($7,187 > 1,985$) maka disimpulkan bahwa maka secara parsial variabel harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama.

NILAI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.684	2.129

Dengan demikian berarti bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan pengaruh variabel lokasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama sebesar 68,4%, sedangkan sisanya sebesar 31,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dari masing-masing variabel lokasi, kualitas produk dan harga hasilnya menunjukkan bahwa adanya korelasi berganda (R) sebesar 0,833. Angka tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

KESIMPULAN



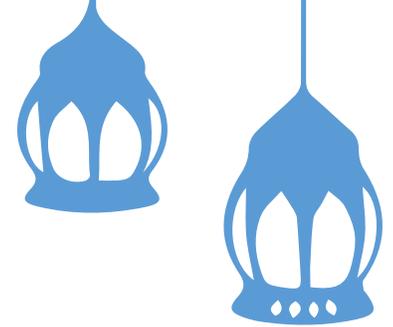
Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama, artinya bahwa dengan tepatnya dalam menetapkan lokasi maka keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama akan mengalami peningkatan.



Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama, artinya bahwa dengan tepatnya dalam menetapkan lokasi maka keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama akan mengalami peningkatan.



Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama, artinya bahwa dengan tepatnya dalam menetapkan harga maka keputusan pembelian pada Perum Graha Candi Pratama PT Persada Graha Utama akan mengalami peningkatan.



Kotler, Philip and Kevin Lane.Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Andriani, (2013). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart di Kota Semarang*

Lupiyoadi. Rambat. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, Philip. and Gary Amstrong. (2016). *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall

Kotler, Philip. and Gary Amstrong. (2016). *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall

Wijayanti, Kiki Dwi (2021), Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartment Bailey's City Di Ciputat, *Jurnal Perkusi*, Vol.1 No.2

Wulandari, Ratna (2019), Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian di Pusat Perbelanjaan, *Iqtishadequity*, Vol.2 No.1

Syaleh, Hariman. (2017), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi, *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol.1 No.1

Wibowo, Fatihadi Rahmanto, (2021), Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal, *Jurnal Distribusi* Vol.9No.1

Supriyadi, (2016), Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 4 No.1, Januari 2017

Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua, Jakarta: Ghalia Indonesia

Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedelapan, Bandung: Alfabeta.

Heizer, Jay & Barry Render.(2010). *Manajemen Operasi*. Edisi Ketujuh Buku 1. Jakarta: Salemba Empat

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, (2003), *Total Quality Manajemen*, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Jogjakarta

Kusmadeni, Deri. (2021), Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang, *Jurnal Manajemen dan Investasi*, Vol.3 No.1

Assauri, Sofian. (2016). Manajemen Operasi Produksi. Edisi Kedua, PT .Raja Grafindo Persada : Jakarta

Tjiptono, Fandy. (2010). Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi

Garvin, David (2014). Managing Quality. Free Press. New York.

Charles, Lamb, Joseph. Hair, Carl McDaniel. (2011). Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta

Kotler, Philip. and Gary Amstrong. (2016). Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall

Kelvinia, (2021), Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Vol.11 No.2

Kotler, Philip dan Keller.L 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas.Erlangga, Jakarta

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Cetakan Pertama, Yogyakarta: BPFE

Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Cetakan 10, Bandung: Alfabeta

Paludi, Salman (2021), Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Vol.1 No.18.

Ofianti, N., & Hariasih, M. (2022). The Influence of Product Quality, Price, and Sales Promotion on Cassava Tape Purchase Decisions. Indonesian Journal of Cultural and Community Development, 13, 10-21070.

Lesmana, A. I., & Sari, D. K. (2022). The Influence of Service Quality, Price and Location on Purchase Decisions at Hijab Shops in Mojokerto City. Academia Open, 7, 10-21070.

Pebrianggara, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sidoarjo Pada Era Pandemi Covid-19. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 5(2).

