

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI**

SKRIPSI



OLEH

FERDINANDUS ODO NDOA

NIM:2015120099

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2020

RINGKASAN

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya perlu menerapkan lokasi yang bersih, harga yang mudah dan mempunyai kualitas produk yang bagus, sehingga mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam pembelian produk. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari Secara parsial dan simultan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. penentuan sampel untuk penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 40 konsumen. Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti yaitu koesioner. Metode analisis data yang dipakai adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS.

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembeli mendapatkan nilai $t_{hitung} = (3,005)$, harga berpengaruh banyak terhadap keputusan pembeli dan mendapatkan nilai $t_{hitung} = (5,051)$, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli dengan mendapatkan nilai $t_{hitung} = (3,188)$. tapi secara simultan. lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembeli di pasar tradisional landungsari malang didapatkan $f_{hitung} (22,734)$ atau sebesar 65,5%. Adapun yang perlu diperhatikan pedagang pasar yaitu menjaga lokasi usaha agar tetap bersih dan harga produk murah sesuai kualitas sehingga menciptakan keputusan konsumen membeli produk.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembeli, Kualitas Produk, Lokasi.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 latar belakang

Pada era yang semakin modern dan berbagai inovasi terhadap pasar bahkan dibuatkan pasar online, dimana para pembeli dimanjakan dengan berbagai inovasi yang dibuat dalam berbelanja dengan melalui aplikasi, barang atau produk yang dibutuhkan akan langsung diantar kerumah yang memesan produk tersebut. Dengan perubahan zaman yang semakin canggih tersebut, hampir sebagian masyarakat lebih memilih proses belanja yang lebih mudah hemat waktu dan tenaga, disamping itu pasar tradisional yang dulunya menjadi favorit masyarakat dalam berbelanja sudah semakin ditinggalkan, bahkan harga, lokasi dan kualitas di pasar tradisional sudah tidak menjadi hal utama bagi para pembeli, melainkan kemudahan dalam berbelanja yaitu salah satu pilihan pembeli untuk berbelanja kebutuhan rumah. Maka di dalam penelitian ini akan dialisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, masihkan para pembeli melihat harga dan kualitas barang dalam melakukan kebijakan pembelian.

Pasar tradisional yaitu pasar yang sangat berperan di kalangan masyarakat yang biasanya tinggal didaerah tertentu dengan pemukiman yang cukup padat, pasar tradisional menjadi pasar yang sangat favorit di kalangan ibu-ibu rumah tangga terutama untuk memenuhi kebutuhan setiap hari, dengan keunikan yang dimiliki pasar tradisional yang dimana akan saling bertemunya para konsumen dan penjual saat melakukan transaksi jual beli pada pasar tradisional. Walaupun di era sekarang yang sudah begitu banyak perkembangan pasar-pasar di mal-mal atau pasar modern lainnya. Tetapi keberadaan pasar modern tidak membuat masyarakat beralih untuk tidak melakukan jual beli di pasar tradisional. Pasar tradisional ini

merupakan salah satu pasar yang berada di daerah Malang tepatnya di Desa Landungsari, Jalan Tirta Rahayu, Kecamatan Dau dengan luas wilayah mencapai 6.100 m². Pasar ini menyediakan berbagai jenis kebutuhan yang dibutuhkan konsumen yaitu: sayur, daging, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan pertanian-peternakan dll.

Pasar Landungsari juga salah satu pasar yang memiliki lokasi yang cukup strategis untuk kalangan masyarakat dimana Lupiyoadi (2001:61) mengartikan lokasi yaitu tempat dimana perusahaan harus bekerja dalam melakukan operasi. Lokasi merupakan salah satu yang dibutuhkan masyarakat selain cepat dijangkau dan pastinya tidak memakan biaya yang banyak jika harus melakukan kegiatan membeli di pasar setiap hari untuk kebutuhan rumah tangga, namun sebagian masyarakat atau pembeli akan mempertimbangkan untuk membeli kebutuhan sehari-hari pada pasar yang bisa dibilang strategis secara lokasi, namun ada pula sebagian masyarakat memilih pasar yang tidak strategis secara lokasi atau dengan kriteria lainnya selain dari pasar tersebut.

Selain lokasi pasar tradisional juga memiliki harga yang cukup berbeda dengan harga yang ditawarkan oleh pasar modern lainnya yang memiliki harga yang begitu berbeda dengan harga yang ada pada pasar modern, Zakaria dan Astuti (2013:3) harga yaitu sejumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh sejumlah jenis barang beserta pelayanannya. Sebagian masyarakat mementingkan harga dari semua produk yang ada pada pasar, akan tetapi sebagian masyarakat tidak melihat harga sebagai keputusan untuk membeli atau tidak pada pasar tradisional, dengan berbagai alasan yang dimiliki setiap masyarakat untuk melakukan pembelian di pasar tradisional.

Masyarakat juga cenderung memiliki kebiasaan untuk membeli suatu produk yang memiliki kualitas yang dimiliki dari berbagai kebutuhan yang dijual pada pasar tradisional,

karena kualitas juga menjadi salah satu acuan masyarakat dalam melakukan keputusan untuk membeli produk yang di pasar tradisional selain lokasi dan harga yang ada di pasar tradisional, dalam penelitian yang dilaksanakan pada pasar landungsari yang berjudul Pengaruh lokasi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli dalam melakukan transaksi di pasar tradisional landungsari.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibuat peneliti berumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.
4. Apakah lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landusari.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada pasar tradisional landungsari.

4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh lokasi, harga dan kualitas harga dan produk terhadap keputusan pembeli secara simultan pada pasar tradisional landungsari.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk sisi akademis di harapkan penelitian ini menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan di bidang Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli terhadap pasar tradisional landungsari.
2. Untuk instansi Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli terhadap pasar tradisional landungsari.
3. Untuk peneliti semoga hasil penelitian ini berguna serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pemebeli terhadap pasar tradisional landungsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Antyadika Bonaventura Efrian. 2012, *Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Wong Art Bakery&Café Semarang), Skripsi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Andanawari Anindya Rachma, 2014, *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, (Studi kasus pada Stove Syndicate Café Semarang), skripsi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Amir, M.Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Pustaka Utama,. Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Ferdinand, Augusty, 2006, “*Metode Penelitian Manajemen*”, Badan Gitosudarmo,
- Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi I, BPFE-UGM, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kamal, Mustofa, Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugraheni. 2007. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)*”. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 4, Nomor 2 hal. 91
- Fifyanita Ghanimata, M. K. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli*. Diponegoro journal of management, 1. retrieved from <https://drive.google.com/file/d/0ByGtVhF1s0pwTXZPbnV5QllkILTQ/view>
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghanimata Fifyanita, 2012, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Pembeli Produk BandengJuwana Elrina Semarang) Skripsi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan, Jilid I, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benjamin Molan Dan Hendra

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2002. *Principles Of Marketing*, Global Edition,
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gery. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta., 2009b. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Muharam, Hari .Tri ,Silvia, Apriani. 2010. “*Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sejahtera Sahabat Utama*”. Ekonomi UI, Jakarta
- Magda Kardita, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada El’s Coffee Kartini Bandar Lampung), Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung
- Lenzun, Jessica J, James D.D Massie dan Decky Adare. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA vol.2 no.3 September 2014.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel*. Jurnal OE vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Rondonuwu, Priscilia D. 2013. *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember 2013.
- Setyawati, W. A., Rifa’i, M., & Sasmito, C. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien*. Madani jurnal politik dan sosial kemasyarakatan, 10(2), 50-63.
- Swastha, B. & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Jakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. 2008. *Kepuasan Pelanggan*. PT. Erlangga, Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Widiyanto, Ibnu, 2005, *Metode Riset Bisnis*, STIE IPWIJA, Jakarta 14 Edition, Pearson Education.

Wibowo, Agung Edy, 2012. Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian. Gava Media. Yogyakarta.

Zakaria, Shandy Ibnu dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta). Diponegoro Journal of Management vol.2 no.3 Tahun 2013