

wedo lero

by UNITRI Press

Submission date: 13-Aug-2023 07:20PM (UTC-0700)

Submission ID: 2145438602

File name: wedo_lero.docx (51.72K)

Word count: 904

Character count: 6146

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
PASAR LANDUNGSARI KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI



OLEH :

**WEDO LERO
2019120104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2023**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan jenis produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Landungsari Rezim Malang. Evaluasi menggunakan teknik kuantitatif eksploratori, dan partisipannya adalah pelanggan yang melakukan pembelian di Pasar Landungsari Guideline Malang. 35 orang mengambil bagian dalam pengujian untuk evaluasi ini. Informasi untuk analisis ini dikumpulkan dari sumber yang diperlukan dan bertujuan. Dua metode yang digunakan dalam evaluasi ini untuk mengumpulkan data adalah dokumentasi dan survei khususnya. Uji keaslian dan kepercayaan digunakan untuk menentukan validitas data, dan uji asumsi duplikat, yang terdiri dari uji commonness, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas serta beberapa uji backslide sesaat, digunakan untuk menguji validitas hipotesis pemeriksaan. 1) Area Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Landungsari, menurut temuan penelitian. 2) Keputusan pembelian di Pasar Landungsari agak dipengaruhi oleh harga 3) Keputusan Pembeli di Pasar Landungsari Sedikit Dipengaruhi oleh Kualitas Barang 4) Di Pasar Landungsari, area, biaya, dan kualitas barang semuanya dapat berpengaruh (bersamaan) terhadap pelanggan keputusan pembelian.

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor usaha tradisional merupakan kegiatan usaha ritel yang terus diminati oleh pelanggan dan memiliki komitmen yang kuat untuk terus berinovasi. Pasar pinggir jalan berkembang dengan pesat. Kendala utama yang dihadapi oleh sektor usaha tradisional dalam bersaing dengan pedagang umum adalah manajemen yang belum optimal dan kelemahan dalam mengembangkan diri. Di tengah kompleksitas perkembangan zaman saat ini, banyak individu yang lebih memilih berbelanja secara online. Meskipun harga, lokasi, dan jenis barang di pasar tradisional bukanlah faktor utama yang menarik bagi pelanggan, namun kenyamanan saat berbelanja menjadi pertimbangan utama ketika mereka berjelajah.

Pelanggan akan lebih efektif diajarkan sifat barang sebagai produk jika mereka memiliki kesempatan untuk menyentuh atau memeriksa produk kita secara fisik sebelum melakukan pembelian. Berlawanan dengan gagasan objek yang digunakan di area pendukung, lebih sulit untuk mengidentifikasi keberadaannya di sini karena sutradara tidak diperlukan dan tidak boleh dilihat atau disentuh. Untuk membuat suatu barang bagus dan menentukan strategi pemasaran, perbaikan adalah kebutuhan yang sangat penting (Novitawati et al., 2019).

Beberapa elemen, seperti sifat barang, dewan, biaya, dan lainnya, memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kembali suatu organisasi (Setyaningrum dan Wati, 2019). Mayoritas pelanggan memilih untuk membeli barang yang sangat dihargai. Namun demikian, nilai ini juga akan dipertimbangkan, dan harganya akan

dipublikasikan. Pelanggan akan membeli produk tersebut jika mereka yakin harganya wajar mengingat nilai yang ditawarkannya (Rifa'i et al., 2019).

Menurut Prihatminingtyas (2019), pasar berpotensi sebagai tempat bertemunya pembeli dan calon perantara, dimana barang-barang terbaru ditransaksikan dan kemajuan pasar terbagi menjadi sektor usaha tradisional dan pasar modern. Lingkungan bisnis tradisional memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, dengan barang yang dipertukarkan berfungsi sebagai komoditas penting. Usaha kecil dan menengah dipromosikan sebagai pembeli dan diperoleh dengan harga yang wajar dengan jaringan baru yang mendukung secara emosional. Namun, keberadaan kawasan komersial yang terus berlanjut tidak memberi mereka keberanian untuk menghentikan perdagangan atau membunyikan alarm. Pasar tradisional yang terletak di Kota Landungsari, Jalan Tirta Rahayu, Kecamatan Dau Malang ini memiliki luas ¹ 6.100 m². Pasar ini menyediakan berbagai kebutuhan pelanggan, seperti sayuran, daging, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain.

Menurut Achmadi (2019), kekuatan utama di balik pertumbuhan pasar adalah sektor bisnis tradisional, yang memungkinkan konsumen sasaran untuk membeli produk. Di area di mana terdapat bangunan besar dan konstruksi yang sedang berlangsung, klien dapat berkolaborasi dengan lebih efisien. Ada hubungan antara lokasi terkemuka yang membujuk orang untuk membeli sesuatu dan tempat pasar yang penting untuk berkumpul karena nyaman bagi pelanggan untuk datang.

Jaringan juga sering menunjukkan kegemaran berinvestasi pada produk berkualitas tinggi dan ⁸ merupakan salah satu orang yang memilih membeli produk

dari sektor bisnis tradisional. Dari latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Landungsari Kabupaten Malang”**

1.2. Batasan Masalah

Penulis harus menetapkan batasan untuk penyelidikan ini agar lebih fokus, terlibat, dan menghindari wacana yang terlalu luas. Keputusan pembelian yang dilakukan di pasar Landungsari di bawah Peraturan Malang membatasi ruang lingkup masalah yang diselidiki.

1.3. Rumusan Masalah

Masalah tersebut diuraikan lebih mendalam dalam makalah ini sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Landungsari Kabupaten Malang?
2. Apakah Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Landungsari Kabupaten Malang Bergantung Pada Harga?
3. Apakah Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Landungsari Kabupaten Malang Bergantung Pada Kualitas Produk?
4. Apakah Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Landungsari Kabupaten Malang Tergantung Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana letak geografis mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan di pasar Landungsari Kabupaten Malang.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap pilihan pembelian konsumen di Pasar Landungsari Kabupaten Malang.
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli di Pasar Landungsari Kabupaten Malang.
4. Untuk mengetahui bagaimana pilihan pembelian konsumen di pasar Landungsari wilayah Malang dipengaruhi oleh lokasi, harga, dan kualitas produk.

5 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian Ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai, yaitu:

1. Akademis

Secara teoritis, Hasil investigasi ini dimaksudkan untuk menjadi panduan dan dukungan untuk perbaikan masalah keuangan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan untuk memandu penelitian komparatif di masa mendatang tentang pengaruh kisaran harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Landungsari, Peraturan Malang.

2. Praktis

Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Landungsari Rezim Malang



wedo lero

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	10%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	3%
3	repository.unsri.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	1%
5	repository.ump.ac.id Internet Source	1%
6	mantrie.com Internet Source	1%
7	repository.upi.edu Internet Source	1%
8	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On