

Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung

Olivia Chrisanta Verdiantika^{1*}, Justia Ernajati²

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Mahasiswi/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Ekonomi, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

Corresponding Author: oliviachrisanta03@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 09-06-2024

Revised : 01-07-2024

Accepted : 20-07-2024

Keywords: Location; Price; Purchase Decision

ABSTRAK

Pengusaha bisnis kuliner dituntut untuk terus berupaya menyiapkan strategi yang tepat agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang ditawarkan. Perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen saja tetapi juga dapat dipengaruhi oleh harga dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, sampel yang digunakan sebanyak 90 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling *accidental*. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan angket dan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,077 > 1,98761$, lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $7,977 > 1,98761$. Hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} (123,177) > F_{tabel} (3,95)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

Culinary business entrepreneurs are required to continue to strive to prepare the right strategies to please and build consumer enthusiasm in consuming the goods and services offered. Consumer behavior in making purchasing decisions is not only influenced by consumer characteristics but can also be influenced by price and location. This research aims to determine the influence of price and location on purchasing decisions among consumers of Angkringan Gondex, Bandung

District, Tulungagung Regency. The population in this study were Angkringan Gondex consumers, Bandung District, Tulungagung Regency, the sample used was 90 respondents, and the sampling technique used accidental sampling. In this research, the data collection technique used was a questionnaire and the data analysis used was multiple linear regression. The results of this research show that price has a positive and partially significant effect on purchasing decisions of $0.000 < 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ of $5.077 > 1.98761$, location has a partially positive and significant effect on purchasing decisions of $0.000 < 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ of $7.977 > 1.98761$. The F test results show F_{count} (123.177) $> F_{table}$ (3.95) and the significance level is $0.000 < 0.05$, H_0 is rejected and H_a is accepted. So it can be stated that there is a significant influence between price and location on purchasing decisions at Angkringan Gondex, Bandung District, Tulungagung Regency..

PENDAHULUAN

Saat ini kehidupan manusia dan aktivitas perekonomian tidak dapat dipisahkan. Seiring dengan meningkatnya pendapatan dan taraf hidup, industri kuliner berkembang dengan sangat pesat. Banyak anak muda, baik laki-laki maupun perempuan, kini melakukan hal-hal sederhana seperti berbelanja dan nongkrong di cafe atau angkringan karena banyak sekali usaha yang tersedia bagi mereka. Pertumbuhan industri makanan di Kabupaten Tulungagung sendiri terlihat dari semakin banyaknya tempat makan, food court, stand makanan, dan kedai kopi khususnya usaha angkringan yang kini mulai menjamur di wilayah Tulungagung dan mudah dijangkau dari keduanya yaitu pusat kota dan desa-desa. Saat ini, sebagian besar konsumen mencari tempat makan yang menawarkan suasana nyaman, harga terjangkau, dan hubungan baik dengan pelanggan lain. Salah satu lokasi yang paling bisa menangkap suasana ini adalah angkringan. Angkringan adalah tempat menjual makanan dan minuman murah dengan menggunakan gerobak sederhana dalam suasana hangat dan nyaman, fasilitas lengkap diiringi dengan alunan music, pelayanan cepat dan ramah membuat pengunjung memutuskan untuk datang kembali ke angkringan.

Kecamatan Bandung merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Tulungagung. Terdapat beberapa usaha angkringan di Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, salah satunya adalah Angkringan Gondex. Nasi kucing, nasi bakar, sate kecot, sate udang, sate telur puyuh, sate usus, sate ceker, dan aneka gorengan semuanya bisa ditemukan dalam menu di Angkringan Gondex. Wedang jahe, susu jahe, teh manis, jus jeruk, dan kopi termasuk di antara minumannya. Angkringan yang terletak di dekat pasar dan rumah sakit di wilayah Kecamatan Bandung ini biasanya berjualan sampai tengah malam. Konsumen pada angkringan Gondex pun juga beragam laki-laki maupun perempuan. Angkringan Gondex mempunyai ciri khas yang berbeda dengan angkringan lainnya. Angkringan Gondex menawarkan penawaran terjangkau yang memungkinkan konsumen menikmati beragam aktivitas dari lokasi yang nyaman. Selain memiliki menu makanan dan minuman yang

beragam dan harga yang beragam, Angkringan ini juga memiliki stopkontak, toilet, sejumlah pilihan tempat duduk, serta akses wifi dan internet gratis bagi pengunjungnya. Angkringan Gondex memiliki banyak varian menu yang ditawarkan dengan harga yang juga bervariasi. Namun disisi lain angkringan ini memiliki lokasi parkir yang kurang luas, sehingga pembeli enggan untuk masuk ke lokasi angkringan. Permasalahan yang ditemukan dalam survei Angkringan Gondex terhadap sejumlah pelanggan masih berkaitan dengan harga dan lokasi sehingga berdampak pada pilihan konsumen dalam melakukan pembelian.

Harga dan lokasi saling berkaitan terhadap keputusan pembelian, dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan penelitian: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, (2) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada pada konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, (3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dalam (Krisdayanto, 2018) menyatakan bahwa harga dapat merujuk pada jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu layanan atau nilai yang ditukarkan konsumen atas kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut. Sedangkan Swastha (2020:185) mengartikan harga sebagai "jumlah uang (tidak termasuk barang apa pun, jika ada) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa tertentu". Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkannya. Indikator harga menurut (Syafudin et al., 2018) yaitu: Harga yang terjangkau, Kualitas produk sesuai dengan harga, Persaingan harga, Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Lokasi dapat didefinisikan sebagai lokasi fisik, tempat yang memiliki fungsi strategis karena dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan (Lestari et al., 2020). Lokasi juga berarti keputusan perusahaan mengenai lokasi operasi dan karyawan. Pemilihan lokasi yang tepat menentukan keberhasilan masa depan perusahaan. Selain itu, lokasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap biaya operasional perusahaan, harga produk atau jasa, serta mempengaruhi daya saing perusahaan (Syahidin & Adnan, 2022). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, lokasi adalah keputusan suatu perusahaan untuk menentukan lokasi usahanya, melaksanakan kegiatan usaha atau operasionalnya, dan mendistribusikan barang atau jasa hasil usahanya kepada konsumen. Indikator lokasi menurut (Syafudin et al., 2018) yaitu: Aksesibilitas, lingkungan sekitar, tempat parkir, visibilitas, ekspansi.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan untuk memecahkan permasalahan yang muncul yang harus diatasi agar keinginan atau tindakan konsumen dapat mencapai tujuannya secepat dan seefektif mungkin (Nasution et al., 2022). Keputusan pembelian menurut (Firmansyah, 2019) adalah tindakan yang diambil individu untuk memecahkan masalah guna memilih pilihan terbaik dari dua kemungkinan atau lebih dan mempertimbangkan tindakan terbaik ketika melakukan pembelian, dimulai dari tahap proses

pengambilan keputusan. Sedangkan (Kotler, 2018) menggambarkan keputusan pembelian sebagai salah satu komponen perilaku konsumen. Studi tentang perilaku konsumen berfokus pada bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, membayar, dan memanfaatkan produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2014) yang dikutip dalam (Ahmad Fahrezi & Uuh Sukaesih, 2023) yaitu antara lain: Kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang.

Menurut (Amalia, 2019:5) konsumen biasanya melalui lima tahap ketika mengambil keputusan, yaitu; 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi Alternatif, 4) Keputusan pembelian, 5) Perilaku setelah membeli.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Kurnia Rofel Lempas yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Kota Tomohon” yang menunjukkan bagaimana hasil penetapan harga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Pizza Hut di Kota Tomohon. Dalam penelitian ini keputusan pembelian pizza hut dipengaruhi oleh variabel harga. Jadi, konsumen akan semakin tertarik dengan produk yang sudah ada karena harganya yang murah dan kualitasnya yang tinggi. Lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan Pizza Hut di kota Tomohon. Menurut penelitian ini variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pizza hut. Oleh karena itu, lokasi yang baik dan strategis dapat menarik orang untuk membeli produk pizza hut. Harga dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di kota Tomohon. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan di Tomohon akan lebih cenderung membeli kembali produk Pizza Hut jika perusahaan tersebut menawarkan harga yang kompetitif, lokasi yang nyaman, dan layanan pelanggan yang sangat baik.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis statistik. Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2021:16) adalah metodologi penelitian positivis yang mengkaji populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data, menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data statistik untuk mengevaluasi hipotesis. Variabel independent harga (X_1) dan lokasi (X_2), sedangkan variabel dependen keputusan pembelian (Y). Populasi penelitian semua orang yang melakukan pembelian di Angkringan Gondex rata-rata 300 orang per bulan. Sehingga dapat diambil sebanyak 90 orang dengan menggunakan rumus roscoe karena jumlah konsumen di Angkringan Gondex tidak dapat dihitung dan diketahui dengan pasti. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability* sampling dengan jenis sampling insidental (*Accidental*). Sampling insidental (*Accidental*) menurut (Sugiyono, 2021:133) adalah teknik pengambilan sampel secara acak, yaitu siapa pun yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan dapat dijadikan sampel jika diasumsikan orang yang ditemuinya adalah sumber informasi yang cocok. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

kuesioner atau angket yang valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrument berupa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Prasyarat Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Linieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis meliputi Uji t dan Uji F, Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian didapatkan bahwa pengunjung Angkringan Gondex yang banyak yaitu laki-laki 57,8% dan yang perempuan sebanyak 42,2%. pengunjung di Angkringan Gondex yang berumur (<20) ada 10 orang, umur (20-30) ada 78 orang, umur (31-40) ada 2 orang. Pengunjung Angkringan Gondex terbanyak adalah berumur 22 tahun sebanyak 24 (26,7%) orang. Tujuan Pengambilan data responden berdasarkan usia yaitu untuk mengetahui lebih detail bahwa pengunjung Angkringan Gondex lebih banyak berusia 22 tahun.

1. Uji Asumsi Klasik

Beberapa asumsi harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji asumsi yang dilakukan adalah normalitas, linearitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas diuji pada data penelitian. Oleh karena itu, untuk memenuhi syarat asumsi regresi, peneliti harus mencoba keempat (4) uji asumsi. Hasil tes tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu data berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* dengan SPSS versi 25 dan hasilnya sebagai berikut:

H_0 = Data yang berdistribusi normal.

H_a = Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengujian:

1) H_0 ditolak jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05

2) H_0 diterima jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90303284
Most Extreme Differences	Absolute	.111

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Positive	.111
Negative	-.050
Test Statistic	.111
Asymp. Sig. (2-tailed)	.118 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 1 Diketahui bahwa hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,118. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dapat diasumsikan berdistribusi normal. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga didapati hasil $0,118 > 0,05$ yang artinya asumsi normalitas terpenuhi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data variabel yang diteliti berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Untuk memastikan apakah persyaratan model sudah akurat digunakan uji linieritas (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan uji linearitas ini untuk menentukan apakah data peneliti sesuai dengan garis lurus dan apakah model empiris harus berbentuk kubik, kuadrat, atau linier.

Oleh karena itu, kenaikan atau penurunan besaran suatu variabel secara linier akan diikuti dengan kenaikan atau penurunan besaran variabel lain secara linier (linier = garis lurus). Ketentuan interpretasi variabel X_1 terhadap Y dan variabel X_2 terhadap Y yang digunakan peneliti merupakan hasil perhitungan kolom *linierity* ANOVA table. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa syarat untuk lulus uji linearitas terpenuhi. Tabel 2 menampilkan hasil uji linearitas:

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan	Between (Combined)	7.500	3	2.500	12.780	.000

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Groups * Harga	Linearity	6.469	1	6.469	33.073	.000
	Deviation from Linearity	1.030	2	.515	2.633	.078
	Within Groups	16.823	86	.196		
Total		24.322	89			

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linieritas variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai sig. *linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. *deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,078. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linearitas dan lolos uji serta dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian Groups * Lokasi	(Combined)	8.456	2	4.228	23.182	.000
	Linearity	8.441	1	8.441	46.284	.000
	Deviation from Linearity	.015	1	.015	.080	.778
	Within Groups	15.867	87	.182		
Total		24.322	89			

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji linieritas variabel lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai sig. *linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. *deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,778. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat linearitas dan lolos uji serta dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah telah terdeteksi adanya korelasi antar variabel independen oleh model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas.

VIF (Variant Inflation Factor) dapat dijadikan acuan. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, maka multikolinieritas dianggap ada jika nilai toleransi rendah dan nilai VIF tinggi sama. Nilai toleransi $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ merupakan nilai batas standar untuk menunjukkan adanya multikolinieritas. Tabel 4.15 dibawah ini menampilkan hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	9.992	3.365		2.969	.004		
Harga	.317	.062	.366	5.077	.000	.577	1.734
Lokasi	.543	.068	.575	7.977	.000	.577	1.734

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

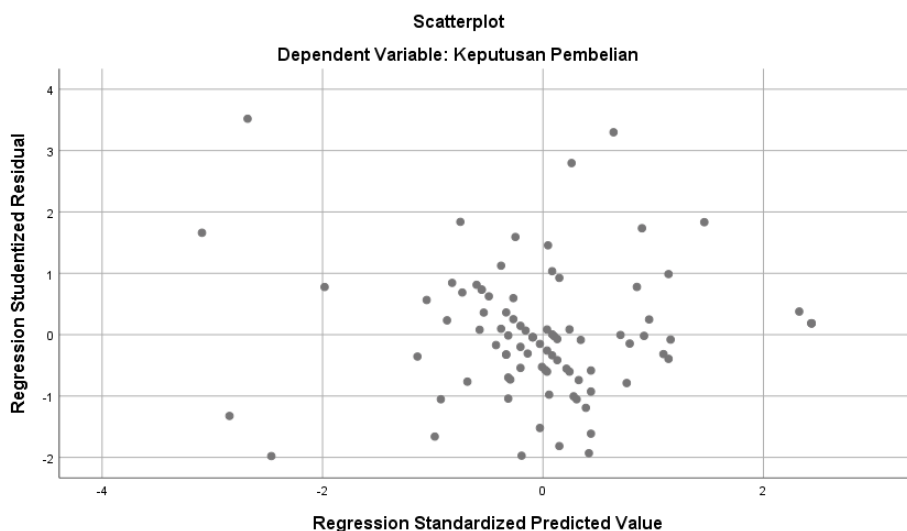
Dari tabel 4 diatas yang menunjukkan hasil uji multikolonialitas terlihat bahwa nilai toleransi harga (X_1) dan lokasi (X_2) lebih besar dari 0,10 yaitu masing-masing 0,577, dan nilai VIF kedua variabel independen. juga kurang dari 10, yaitu masing-masing 1,734. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak menunjukkan multikolinieritas atau tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk mengidentifikasi perbedaan varians residual antara dua pengamat. Model regresi yang baik mengasumsikan tidak adanya permasalahan heteroskedastisitas. Mendeteksi heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar *Scattplot* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Terdapat sebaran titik data di atas dan di bawah 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul tepat diatas atau dibawah saja
- 3) Sebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang
- 4) Sebaran titik-titik data tidak berpola

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Dari gambar scatterplot di atas terlihat bahwa titik-titik (data) tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebut tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh harga (X_1), lokasi (X_2) dan keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 for Windows.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.992	3.365		2.969	.004
Harga	.317	.062	.366	5.077	.000
Lokasi	.543	.068	.575	7.977	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel “*Coefficients^a*” diperoleh persamaan $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$

$Y = 9,992 + 0,317 X_1 + 0,543 X_2$ yang penjelasannya sebagai berikut:

- 1) (a) merupakan konstanta yang besarnya 9,992 menyatakan jika variabel bebas (harga dan lokasi) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel terikat harga sebesar 9,992
- 2) (b₁) merupakan koefisien regresi dari X₁, koefisien regresi sebesar 0,317 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₁ dengan asumsi variabel X₂ yang lain tetap maka hal ini berpengaruh terhadap peningkatan besaran Y sebesar 0,317.
- 3) (b₂) merupakan koefisien regresi dari X₂ koefisien regresi sebesar 0,543 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₂ dengan asumsi variabel X₁ yang lain tetap maka hal ini berpengaruh terhadap peningkatan besaran Y sebesar 0,543.

Selain itu uji regresi linier berganda juga dapat mengetahui sejauh mana pengaruh variabel harga (X₁) dan variabel lokasi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

3. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh secara simultan atau parsial terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Pengujian diawali dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y signifikan secara parsial atau tidak. Untuk menguji apakah pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian signifikan atau tidak secara parsial, penelitian ini menggunakan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan N sebesar 90 yang menghasilkan 1,98761. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 90-2-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 87)$$

$$t_{tabel} = 1,98761$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan *SPSS versi 25 for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.992	3.365		2.969	.004
	Harga	.317	.062	.366	5.077	.000
	Lokasi	.543	.068	.575	7.977	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima.

1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung

H_0^1 : tidak terdapat pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial.

H_a^1 : terdapat pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial.

Diketahui bahwa variabel harga (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ $5,077 > 1,98761$ maka dapat disimpulkan H_0^1 ditolak H_a^1 diterima.

2) Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung

H_0^2 : tidak terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_a^2 : terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Pada variabel lokasi (X_2) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ $7,977 > 1,98761 = t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0^2 ditolak H_a^2 diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sehingga variabel X secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan sebaliknya jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara bersamaan. Penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), dimana N adalah jumlah sampel dan m adalah jumlah variabel bebas. Jumlah sampel (N) sebanyak 90 dan m (jumlah variabel bebas) sebanyak 2, sehingga F_{tabel} menjadi 3,95 dengan perhitungan sebagai berikut:.

$$F_{tabel} = (m-1) ; (N-m)$$

$$F_{tabel} = (2-1) ; (90-2)$$

$$F_{tabel} = 1 ; 88$$

$$F_{tabel} = 3,95$$

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2123.899	2	1061.950	123.177	.000 ^b
	Residual	750.056	87	8.621		
	Total	2873.956	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $123,177 > 3,95$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen (harga dan lokasi) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

H_{o3} : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_{a3} : terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

4. Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian perhitungan yang dilakukan dengan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.733	2.93621

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 25, 2024

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,860, dan determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,733 atau 73,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 73,3% perubahan variabel (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel (X_1) dan variabel (X_2). Sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X_1 dan X_2 yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; 1) Ada pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Hal ini terbukti $t_{hitung} (5,077) > t_{tabel} (1,98761)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, 2) Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Hal ini terbukti dari jumlah $t_{hitung} (7,977) > t_{tabel} (1,98761)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung, 3) Ada pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Hal ini terbukti dari jumlah $F_{hitung} (123,177) > F_{tabel} (3,95)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak Angkringan Gondex untuk memperhatikan harga dengan memberikan harga yang kompetitif yang sudah terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini untuk mengidentifikasi saran yang perlu diperhatikan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan dilakukan dengan menyelidiki faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain faktor yang diteliti, faktor yang perlu diperhatikan yaitu promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain variable yang memastikan angkringan gondex tetap bersaing dengan produk sejenis lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing saya Ibu Justia Ernajati, M.M. atas bimbingannya selama ini serta owner dan konsumen Angkringan Gondex Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung yang telah membantu saya dalam pengumpulan data. Terimakasih untuk kedua orang tua saya, dan teman-teman terdekat saya yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media. Surabaya.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & G. E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net Bandung. *Journal of Management*.
- Lestari, M., Mulia, A., & Lubis, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 121–130. <http://www.jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/375>
- Nasution, K. A. P., Hadian, A., Fikri, Am. H., & Al-Butary, B. (2022). Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hendyh ' s Brownies Berdasarkan Brand Image Dan Store Atmosphere. *Jurnal Imiah Ekonomi*, 13(01), 45–50.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrudin, A. F., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, 121.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>