

# Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Buana Impian Di Kota Batam

Nanda Harry Mardika

Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam, Kota Batam

\*mardikanandaharry@gmail.com

## Abstract

*The purpose of this study is to determine the effect of the Location and the Price on consumer Purchase Decisions on Buana Impian Shock Market in Batam City either partially or simultaneously. The independent variable of this research is Location and Price and the dependent variable is Purchase Decision. The population of this research was people who have bought in this market. Samples of this study were taken by using accidental sampling. The technique of collecting data from this study is by using questionnaires. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression analysis with the help of statistical software SPSS. The results of this study are the Location has negative and insignificant effect on Purchase Decisions with coefficient -0.251. Prices has positive and significant influence on Purchase Decisions with a coefficient of 0.564. F test results indicate the Location and Price simultaneously have positive and significant influence on Consumers purchase decisions on Buana Impian Shock Market in Batam City. The value of F count  $5.408 > 3.18$  and significance value  $0.007 < 0.05$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. Value t count  $-1.380 < 2.00758$  shows the Location has insignificant and negative influence on Purchase Decisions, with significant value  $0.174 > 0.05$  then  $H_0$  is accepted and  $H_a$  rejected. Price has positive and significant influence on Purchase Decisions by value t count  $2.400 > 2.00758$  and the significance value  $0.020 < 0.05$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted.*

**Keywords:** location, price, purchase decision.

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Pasar Buana Impian Shock di Kota Batam, baik secara parsial maupun simultan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Lokasi dan Harga, sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang telah membeli di pasar ini. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode accidental sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah Lokasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien -0,251. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien sebesar 0,564. Hasil uji F menunjukkan bahwa Lokasi dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Pasar Buana Impian Shock di Kota Batam. Nilai F hitung sebesar  $5,408 > 3,18$  dan nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai t hitung  $-1,380 < 2,00758$  menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai signifikansi  $0,174 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung  $2,400 > 2,00758$  dan nilai signifikansi  $0,020 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Kata kunci:** lokasi, harga, keputusan pembelian.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan penduduk di Kota Batam meningkat cukup pesat. Hal ini memerlukan pengembangan pemenuhan kebutuhan dasar serta peningkatan jumlah dalam bentuk kebutuhan pakaian, makanan, dan tempat

tinggal. Pemenuhan kebutuhan ini juga harus diiringi dengan ketersediaan pasar sebagai tempat transaksi jual beli. Sebuah pasar yang terdiri dari banyak penjual dan pembeli dengan beragam jenis barang akan menunjukkan bahwa pasar tersebut adalah

pasar dengan persaingan sempurna. Dengan demikian, eksistensinya benar-benar mendukung ekonomi regional di mana pasar tersebut berada.

Dalam siklus kehidupan pasar, keputusan pembelian dianggap sebagai variabel penting dalam menentukan aktivitas jual beli yang dilakukan. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tahap di mana pembeli telah membuat pilihannya dan membeli produk serta mengonsumsinya. Untuk menjadikan pasar ini menarik bagi pembeli, perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, termasuk lokasi. Lokasi adalah area atau tempat di mana sesuatu berada. Untuk menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak biasanya terkait dengan kemudahan mencapai lokasi tersebut dalam hal lokasi lain di sekitarnya atau juga dikenal sebagai aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak, kondisi infrastruktur transportasi, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensi dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melewati rute-rute ini. Pemilihan dan penentuan lokasi pasar untuk setiap orang dapat bervariasi sesuai pertimbangan masing-masing individu. Pilihan lokasi semakin terbatas karena lahan di Kota Batam yang terus berkembang setiap tahun, sehingga lahan terbatas untuk membangun pasar.

Selain faktor lokasi, faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian produk di pasar adalah harga. Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan atau jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai pertukaran untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Harga adalah bagian yang sangat penting dalam pemasaran produk atau layanan karena harga adalah salah satu dari empat dimensi dalam bauran pemasaran. Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penurunan penjualan. Sebaliknya, jika harga ditetapkan terlalu rendah, itu akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa. Jika suatu pasar menawarkan harga produk yang lebih murah daripada pasar lain, ini akan meningkatkan retensi pembelian konsumen di pasar tersebut.

Salah satu pasar tradisional di Kota Batam adalah Pasar Buana Impian Shock, di Desa Tembesi, Kecamatan Sagulung, Kota Batam. Pasar ini telah menjadi tren sejak tahun 2013 di kalangan masyarakat Kota Batam,

meskipun keberadaannya diyakini sudah ada sejak tahun 1980. Pasar Buana Impian beroperasi 3 hari dalam seminggu. Terkait lokasi, Pasar Buana Impian adalah pasar terdekat bagi orang-orang yang tinggal di daerah permukiman di Kecamatan Tembesi. Namun, kendala lokasi di sisi jalan membuat akses ke tempat parkir untuk kendaraan empat roda sulit diperoleh, sehingga calon pembeli yang membawa mobil ke pasar menjadi terbatas, dan juga dalam hal harga beberapa produk yang diperdagangkan sebenarnya masih di atas harga produk di Pasar Jodoh di Kota Batam. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh parsial lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam, untuk menentukan pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam, dan untuk menentukan pengaruh lokasi dan harga secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam.

## **2. Kajian Literatur**

### **A. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang terdiri dari menganalisis atau mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi sumber-sumber pilihan pembelian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler, 2009: 251-252). Berdasarkan Suharno (2010: 96), keputusan pembelian konsumen adalah tahap di mana pembeli telah membuat pilihannya, membeli produk, dan mengonsumsinya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 485), keputusan pembelian adalah "pemilihan opsi dari dua atau lebih pilihan yang tersedia."

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) adalah sebagai berikut:

- a) Stabilitas pembelian setelah mengetahui informasi produk.
- b) Memutuskan untuk membeli karena merek yang paling disukai.
- c) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Anda.

d) Membeli karena rekomendasi dari orang lain.

### **B. Lokasi**

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011: 92), lokasi adalah keputusan yang diambil oleh sebuah perusahaan terkait dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Menurut Kotler & Keller (2009: 17), lokasi adalah setiap lapisan perantara pemasaran yang akan melakukan jenis tugas tertentu dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat ke pembeli akhir. Lokasi adalah di mana perusahaan beroperasi atau di mana perusahaan menjalankan aktivitas untuk memproduksi barang dan jasa yang diberikan prioritas dalam hal ekonomi (Tjiptono 2008: 61). Lokasi adalah aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia untuk pelanggan target (Kotler dan Armstrong 2008:63).

### **Indikator Lokasi**

Ada beberapa indikator untuk menentukan lokasi sebuah perusahaan, tetapi yang paling umum digunakan adalah indikator yang perlu dipertimbangkan dengan seksama dalam memilih lokasi menurut Tjiptono (2011: 42), seperti berikut:

- a) Aksesibilitas, lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau oleh transportasi umum.
- b) Visibilitas, lokasi bisnis yang dapat terlihat dengan jelas dari sisi jalan atau dari jarak pandang normal.
- c) Tempat parkir, yang nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- d) Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung layanan yang ditawarkan.
- e) Persaingan, lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi bisnis (pakaian), perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat banyak bisnis serupa lainnya.

### **C. Harga**

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013: 131), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk tertentu. Selanjutnya, menurut Sunyoto (2013: 130), harga adalah nilai yang dinyatakan dalam mata uang atau bentuk moneter lainnya sebagai alat tukar (Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk dolar atau alat tukar moneter). Menurut Gitosudarmo dalam Sunyoto (2013: 131), harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar untuk produk tertentu. Dalam kenyataannya, besarnya nilai

atau harga tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik yang diperhitungkan, tetapi juga faktor-faktor psikologis dan faktor lainnya memengaruhi harga. Menurut Oentoro (2012: 149), harga adalah elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus selalu dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lainnya untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau layanan bagi sekelompok orang pada waktu dan tempat tertentu.

### **Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278), indikator harga adalah sebagai berikut:

- a) Harga yang terjangkau oleh daya beli konsumen.
- b) Kesesuaian antara harga dan kualitas.
- c) Harga bersaing dengan produk serupa lainnya.

### **3. Metode Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausalitas. Penelitian yang terstruktur untuk menjelaskan kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel (Sanusi, 2011:14). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik insidental. Menurut Sugiyono (2016; 124), Incidental Sampling / Accidental Sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu setiap pasien yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti dapat dijadikan sampel, jika dipandang oleh orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sampel. sumber data. Data yang diperoleh diberi nilai dan diprediksi dengan menggunakan skala likert.

### **Uji Kualitas Instrumen**

Instrumen uji kualitas terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  tabel hitung  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) dengan aturan sebagai berikut: 1) Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka mengacu pada validitas. 2) Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka referensi tidak valid. Uji reliabilitas dengan kriteria menentukan suatu data yang reliabel dapat diterima atau tidak jika; nilai  $\alpha > r$  tabel atau nilai nilai kritis product moment. Hal ini juga dapat dilihat dengan menggunakan nilai pembatas yaitu 0,6.

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji

Heteroskedastisitas. Uji normalitas penelitian ini adalah dengan menggunakan histogram regresi terstandar dari residu pada awalnya. Dalam histogram ini, nilai residu yang berdistribusi normal akan digambarkan dengan bentuk lonceng. Uji multikolinearitas dideteksi dengan menganalisis nilai toleransi Variance Inflation Factor (VIF). Jika terjadi korelasi maka timbul masalah yang disebut Multikolinearitas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas model regresi adalah dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed), jika  $VIF > 10$  maka terdapat gejala multikolinearitas. Kemudian untuk melihat terjadi heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan menggunakan cara grafis yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot, jika titik-titik tersebut menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Pengaruh**

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- a = Konstanta
- b1, b2 = Koefisien regresi
- X1, X2= Variabel bebas (Lokasi, Harga)
- e = Kesalahan

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya menjelaskan proporsi variasi variabel terikat (Y) yang digambarkan oleh variabel-variabel bebas (lebih dari satu variabel X) secara bersama-sama.

**Uji Hipotesis**

Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial) merupakan aturan pengambilan keputusan dalam pengujian: 1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. 2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan menggunakan hasil nilai F hitung, yaitu: 1. Jika nilai Signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. 2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**4. Hasil dan Pembahasan**

Pengolahan data penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) program perangkat lunak dengan penyajian data sebagai berikut:

**Uji Validitas**

Tabel dibawah ini menunjukkan nilai r hitung seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,2706 dengan r hitung  $> r$  tabel maka instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

**Table 1** Hasil Test Uji Validitas

Variable	Item	R Count	R table	Description
Lokasi (X1)	X1.1	0,734	0.2706	Valid
	X1.2	0,417	0.2706	Valid
	X1.3	0,803	0.2706	Valid
	X1.4	0,618	0.2706	Valid
	X1.5	0,608	0.2706	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,718	0.2706	Valid
	X2.2	0,846	0.2706	Valid
	X2.3	0,786	0.2706	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,840	0.2706	Valid
	Y.2	0,808	0.2706	Valid
	Y.3	0,749	0.2706	Valid
	Y.4	0,819	0.2706	Valid

Source: Data processed, 2022

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dibawah ini menyimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Lokasi mempunyai nilai Cronbach 0,633, Harga

sebesar 0,684 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,819 yang berarti lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas**

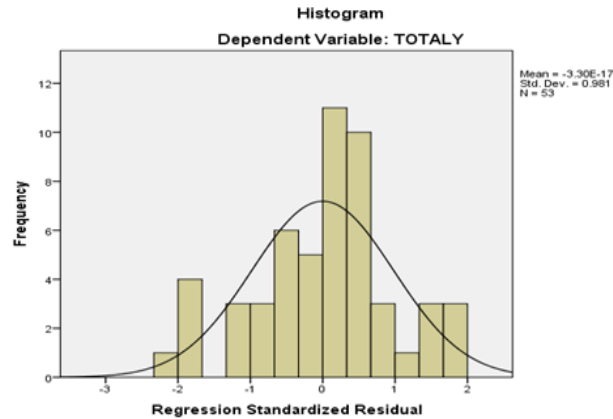
Variable	Cronbach's Alpha	Criteria	Description
Lokasi	0,633	>0,6	Reliable
Harga	0,684	>0,6	Reliable
Keputusan Pembelian	0,819	>0,6	Reliable

Source: Data processed, 2022

**Uji Normalitas**

Uji normalitas penelitian menggunakan

residu regresi histogram yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Residual regresi histogram

Dari gambar diatas yang membentuk pola berbentuk lonceng maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.

**Uji Multikolinearitas**

Lokasi mempunyai nilai toleransi sebesar 0,901 dan VIF 1.110 serta Harga mempunyai nilai toleransi sebesar 0,901 dan VIF 1.110. Nilai toleransinya lebih dari 0,1 dan mempunyai nilai VIF kurang dari 10. Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

**Uji Heteroskedastisitas**

model regresi penelitian tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Sebaran data Standardized Predicted Value pada scatterplot menyebar dengan pola yang tidak jelas, di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y.

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,011 - 0,251X_1 + 0,564X_2 + e$$

Penjelasan persamaan pada Tabel 4 adalah :  
1). Jika X1 (lokasi) dan X2 (harga) bernilai nol, maka Y (Keputusan Pembelian) bernilai 12,011.  
2). Variabel X1 (Lokasi) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,251 artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap, maka setiap 1 poin atau 1% variabel X1 (Lokasi) akan menurunkan Keputusan Pembelian sebesar -0,251.  
3) Variabel X2 (Harga) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,564 hal ini berarti apabila variabel bebas yang lain mempunyai nilai tetap maka setiap 1 point atau 1% variabel X2 (harga) akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,564.

**Uji Koefisien determinasi**

Dari tabel diatas nilai R Square sebesar 0,178 yang jika disajikan menjadi 17,8%. Hal ini menunjukkan Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Harga Lokasi sebesar 17,8% dan Sebesar 82,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 3 Uji t**



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.011	4.286		2.802	.007
	Lokasi	-.251	.182	-.186	-1.380	.174
	Harga	.564	.235	.324	2.400	.020

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa:  
 1. Hasil dari Lokasi (X1) menunjukkan t hitung sebesar -1,380 dan nilai signifikansi sebesar 0,147 > 0,05, sehingga keputusan yang diambil adalah Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa Lokasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Buana Impian di Kota Batam.  
 2. Hasil dari variabel Harga

(X2) menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2,400 dan nilai signifikansi sebesar 0,020 < 0,05, sehingga keputusan yang diambil adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Buana Impian di Kota Batam.

**Tabel 3 Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	108.450	2	54.225	5.408	.007 <sup>b</sup>
Residual	501.361	50	10.027		
Total	609.811	52			

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel Uji F diatas diperoleh nilai signifikan 0,007 < 0,05 yang menunjukkan secara simultan Harga dan Lokasi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Pembahasan**

**A. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil Uji T dari Lokasi (X1) menunjukkan nilai t sebesar -1,380 dan signifikansi sebesar 0,147 > 0,05, yang mengindikasikan bahwa Lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah et al., (2019) dalam sebuah studi yang berjudul "Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran-restoran Singapura di Kota Makassar" yang berdasarkan hasil uji t, variabel lokasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1): Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian Shock di Kota Batam dinyatakan ditolak.

**B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil Uji T dari variabel Harga (X2) menunjukkan nilai t sebesar 2,400 dan nilai signifikansi sebesar 0,020 < 0,05, yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah et al., (2019) dalam sebuah studi yang berjudul "Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran-restoran Singapura di Kota Makassar" yang berdasarkan hasil uji t, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2): Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian Shock di Kota Batam dinyatakan diterima.

**C. Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai f yang dihitung adalah 5,408 dan signifikansi dari variabel independen Lokasi (X1) dan Harga (X2)

secara bersama-sama adalah 0,007 < 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen, yaitu Lokasi dan Harga, secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah et al., (2019) dalam sebuah studi yang berjudul "Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap

### 5. Kesimpulan dan Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan:

- Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam.
- Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam.
- Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Lokasi dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian di Kota Batam.

### Saran

Saran-saran dapat diberikan dalam penelitian ini yang masih terbatas pada variabel Lokasi dan Harga, jika dilihat dari nilai R-square yang masih kecil, ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain yang memengaruhi Keputusan Pembelian. Untuk penelitian selanjutnya, perlu memeriksa faktor-faktor lain tersebut. Selanjutnya, penelitian berikutnya juga diharapkan dapat dilakukan pada konsumen yang berbeda sehingga lebih banyak sampel yang diperoleh. Penelitian lebih lanjut juga sebaiknya dapat menggunakan program pengolahan data lain seperti perangkat lunak Amos, Minitab, S-plus, SAS, dan lainnya sehingga dapat memperoleh hasil dan analisis data yang diproses dengan metode yang berbeda.

### Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam melakukan penelitian ini. Penghargaan dan ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam yang telah mendanai penelitian ini sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data sesuai dengan data yang peneliti butuhkan.

Keputusan Pembelian di Restoran-restoran Singapura di Kota Makassar." Berdasarkan hasil dari hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3): Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Buana Impian Shock di Kota Batam dinyatakan diterima.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi. Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdurahman dan Muhidin. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardana dkk. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Atmodiwirio dkk. (2011), *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Semarang: CV. Adhi Waskita.
- Darmadi, Hamid. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Eales, Rupert dan White. (2010). *How to be better leader*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heidjrachman, Ranupandojo. (2008). *Manajemen Personalia*, Edisi Keempat, Yogyakarta.
- Hersey and Blanchard. (2008). *Human Resources Management*, Thomson Learning.
- Handoko (2008). *Manajemen*. Edisi 2. Yogyakarta: BPF.
- Hasibuan, Malayu S. P.. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar Kunci Keberhasilan*. Jakarta: CV Mas Agung.
- Hasan, Iqbal. (2009). *Analisis Data Penelitian Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kountur, Ronny. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Edisi Revisi. Jakarta: PPM.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (Edisi Revisi)*. Jakarta: Preneda Media Group.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rivai, Veithzal (2008). *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruky, Achmad S. (2006). *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Gramedia.

- Siagian, Sondang. (2009). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Keputusan Pembelian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sudarmanto. (2009). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM: Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif kualitatif Dan R&D*, Cetakan Kesembilan Belas. Bandung: Alfa Beta.
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan. (2009). *Statistik Itu Mudah, Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Thoha (2008). *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Timpe. (2011). *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja*, Cetakan Kelima, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Undang-Undang No. 38 tahun (2009) sebagai penyempurnaan Undang-Undang No.6 Tahun 1984 tentang Pos semua badan usaha dapat melakukan kegiatan penyelenggaraan pos yang sama.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wibowo. (2011) *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahjono, Imam Sentot. (2010). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, Agung Edy. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.