



Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

Ramli

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju.
Email: irvanramli@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh konsumen toko dan sampel sebanyak 30 responden yang diambil dengan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta regresi linear berganda (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, demikian pula variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, harga dan lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi penetapan harga yang kompetitif dan pemilihan lokasi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to analyze the effect of price and location on purchasing decisions for building materials at Toko Buana Situju, Pasangkayu Regency. The research method used is a quantitative approach with a population consisting of all store customers and a sample of 30 respondents selected using accidental sampling techniques. Data were collected through observation, literature study, and questionnaires, then analyzed using validity and reliability tests, as well as multiple linear regression (t-test and F-test). The results of the study show that, partially, the price variable has a significant effect on purchasing decisions, and the location variable also has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, price and location also have a significant effect on purchasing decisions for building materials at Toko Buana Situju, Pasangkayu Regency. These findings emphasize the importance of competitive pricing strategies and appropriate location selection to enhance consumer purchasing decisions.

Keywords: Price, Location, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Persaingan usaha perdagangan bahan bangunan di Indonesia semakin ketat seiring meningkatnya pembangunan infrastruktur, perumahan, dan fasilitas publik. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha bahan bangunan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan eksistensi dan menarik konsumen. Dua faktor penting yang kerap menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga dan lokasi. Penetapan harga yang kompetitif dapat menjadi daya tarik bagi konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas, sedangkan lokasi yang strategis akan mempermudah akses dan kenyamanan konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian.

Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak dalam penjualan bahan bangunan. Dalam praktiknya, toko ini menghadapi persaingan dengan toko-toko lain seperti Toko Jaya Makmur, Toko Fajar Utama, dan Toko Mitra Sahabat yang juga menawarkan produk serupa. Berdasarkan hasil observasi, Toko Buana Situju berupaya menawarkan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan kompetitor dan memilih lokasi usaha di jalur poros strategis Kabupaten Pasangkayu. Kondisi ini menjadi menarik untuk diteliti karena strategi harga dan lokasi diyakini dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Kotler (2017), harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen atas barang atau jasa tertentu, sedangkan lokasi yang strategis merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen (Tjiptono, 2014). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan keputusan pembelian konsumen pada berbagai sektor usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bahan bangunan, khususnya pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu, serta (2) pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu.

KAJIAN TEORI

Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2017:86) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Sering orang mempunyai pengertian yang keliru mengenai pemasaran, mereka menganggap mengadakan pemasaran berarti mengadakan penjualan, padahal sebenarnya penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Sedangkan menurut Gunawan (2012:14) adalah fungsi organizational dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada konsumen dan untuk mengelola hubungan dengan konsumen dengan cara-cara yang menguntungkan.

Permintaan dan Penawaran

Menurut Yoeti (2012:19) permintaan adalah sejumlah produk barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu dan dalam jumlah tertentu. Pengertian permintaan dalam ilmu ekonomi yang umum diartikan sebagai keinginan konsumen terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan. Permintaan (Demand) sebagai suatu konsep mengandung pengertian bahwa permintaan berlaku terhadap tiga variabel yang saling mempengaruhi, yaitu kualitas produk barang atau jasa (product quality), harga (price), manfaat produk barang atau jasa tersebut (product benefit) yang sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi, hukum permintaan mengatakan bahwa terjadi pengaruh timbal balik antara barang yang diminta dengan harga, jika faktor lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).

Perilaku Konsumen

Menurut Kardiman (2011:25) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penggantian produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen menurut

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

Parasuraman (2014:83) adalah tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan setelah konsumsi. Menurut Tjiptono (2014:49) perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan proses perolehan, konsumsi, pembuangan barang atau jasa, pengalaman serta ide-ide setelah menggunakan barang atau jasa. Oleh karena itu, mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen seseorang menggunakan sumber daya yang dimiliki (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan dirinya.

Harga

Menurut kamus besar bahasa Indonesia harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Lebih rinci lagi menurut Kotler (2017:64) berpendapat bahwa Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dari kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai barang yang dinyatakan dengan uang. Keputusan-keputusan dalam penetapan harga signifikan dalam menentukan nilai bagi konsumen dan memainkan peranan penting dalam pembentukan citra dan kualitas.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Samuel (2010:56) adalah pemilihan dari dua atau alternatif pilihan keputusan pembelian, sehingga dapat dikatakan seseorang dapat membuat keputusan jika tersedia beberapa alternatif pilihan. Sedangkan menurut Muhardi (2011:18) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih diantara pilihan-pilihan pembelian mereka.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dalam bentuk uraian naratif mengenai harga, lokasi, dan keputusan pembelian pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu yang dikumpulkan melalui hasil observasi peneliti. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh dari tanggapan responden berupa angka-angka yang selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis tertentu untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan.

Sumber data penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan serta tanggapan konsumen yang menjadi responden penelitian berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui pencatatan dokumen dan laporan yang dimiliki Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu yang mendukung dan melengkapi data penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu yang melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Roscoe dalam Ferdinand (2014:173) yang menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian atau individu yang memiliki sifat yang sama, meskipun tingkat kesamaannya berbeda-beda. Dengan demikian, seluruh konsumen Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu yang melakukan pembelian dijadikan sebagai populasi penelitian.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik ini dipilih karena memudahkan peneliti menjangkau responden yang kebetulan melakukan pembelian pada saat penelitian berlangsung. Berdasarkan pedoman Roscoe dalam Ferdinand (2014:173), ukuran sampel dapat ditentukan sebanyak 10 kali jumlah variabel independen dan dependen apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menetapkan sampel sebanyak 30 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, studi kepustakaan, dan kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung pada Toko Buana

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

Situju Kabupaten Pasangkayu untuk memperoleh gambaran nyata mengenai harga, lokasi, dan keputusan pembelian konsumen. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan teori, definisi, serta pendapat terkait variabel harga, lokasi, dan keputusan pembelian dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu sebagai responden penelitian untuk memperoleh data primer mengenai variabel yang diteliti.

Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linear berganda. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Mengacu pada Ghozali (2012), pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, di mana item pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai alpha lebih dari 0,60 (Ghozali, 2012).

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas (harga dan lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Analisis dilakukan menggunakan bantuan program SPSS sebagaimana disarankan Sugiyono (2015). Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana Y adalah keputusan pembelian, X_1 adalah harga, X_2 adalah lokasi, a adalah konstanta, b_1 - b_2 adalah koefisien regresi, dan e adalah standar error.

Pengukuran tanggapan responden dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat setuju (skor 5) hingga sangat tidak setuju (skor 1). Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan). Uji t bertujuan mengetahui pengaruh masing-masing variabel harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, uji F bertujuan mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Kriteria pengujian yang digunakan adalah apabila t hitung $>$ t tabel atau F hitung $>$ F tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Identitas Responden

Responden dalam penelitian merupakan konsumen Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang dapat diuraikan menurut identitas responden adalah sebagai berikut

Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki - Laki	24	80,00
2	Perempuan	6	20,00
	Total	30	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 24 responden dengan persentase (80,00%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 6 responden dengan persentase (20,00%)

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

Distribusi Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20 – 30 tahun	7	23,33
2	31 – 40 tahun	12	40,00
3	41 – 60 tahun	11	36,67
	Total	30	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat responden yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 7 responden dengan persentase (23,33%), responden berusia 31 - 40 tahun sebanyak 12 responden dengan persentase (40,00%) dan responden berusia 41 – 60 tahun sebanyak 11 responden dengan persentase (36,67%).

Distribusi Responden Menurut Jenjang Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sarjana Strata Dua (S2)	2	6,67
2	Sarjana Strata Satu (S1)	10	33,33
3	SMA Sederajat	14	46,67
4	SMP Sederajat	4	13,33
	Total	30	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa distribusi responden yang berpendidikan Sarjana Strata Dua (S2) sebanyak 2 responden dengan persentase (6,67%), yang berpendidikan Sarjana Strata Satu (S1) sebanyak 10 responden dengan persentase (33,33%), yang berpendidikan Sekolah Lanjutan tingkat Atas (SLTA) sederajat sebanyak 14 responden dengan persentase (46,67%) dan yang berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sederajat sebanyak 4 responden dengan persentase (13,33%).

Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Aparatur Sipil Negara	11	36,67
2	Karyawan Swasta	15	50,00
3	Wiraswasta	4	13,33
	Total	30	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa distribusi responden yang bekerja sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN) sebanyak 11 responden dengan persentase (36,67%), yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 15 responden dengan persentase (50,00%) dan yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 4 responden dengan persentase (13,33%)

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini disajikan berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

kuesioner yang mencakup variabel harga dan lokasi sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel dan uraian naratif untuk menggambarkan persepsi responden secara menyeluruh.

• Variabel Harga

Variabel harga diukur melalui empat indikator, yaitu harga lebih murah dibanding toko lain, pemberian potongan harga untuk pembelian besar, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta kesesuaian harga dengan daya beli konsumen. Distribusi tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel

Indikator Harga	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
Lebih murah dibanding toko lain	16,67	73,33	10	0	0
Memberi potongan harga pembelian besar	52,63	45,12	2,25	0	0
Harga sesuai kualitas produk	28,92	56,2	14,88	0	0
Harga sesuai daya beli konsumen	50,78	37,5	11,72	0	0

Mayoritas responden (kategori setuju dan sangat setuju) menilai harga bahan bangunan pada Toko Buana Situju lebih kompetitif dibandingkan toko lain, memberikan potongan harga, sesuai kualitas, dan sesuai daya beli konsumen. Ini menunjukkan kebijakan harga yang diterapkan toko sudah efektif memengaruhi minat pembelian.

• Variabel Lokasi

Variabel lokasi diukur melalui empat indikator, yakni lokasi strategis, toko dikenal sejak lama, gudang dekat dengan lokasi penjualan, dan lokasi mendukung daya saing toko. Hasil tanggapan responden disajikan pada Tabel

Indikator Lokasi	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
Lokasi strategis di pinggir jalan poros	24	73,6	4,4	0	0
Toko dikenal sejak lama	62,96	32,59	4,45	0	0
Gudang dekat dengan lokasi penjualan	36	54,4	9,6	0	0
Lokasi mendukung daya saing toko	56,39	39,1	4,51	0	0

Hasil pada Tabel diatas menunjukkan bahwa responden memandang lokasi Toko Buana Situju strategis, mudah diakses, dikenal sejak lama, serta mendukung daya saing usaha. Hal ini menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian

• Variabel Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian diukur melalui empat indikator: kesesuaian harga dengan harapan, mutu pelayanan karyawan, loyalitas konsumen lama, dan kemudahan jangkauan. Distribusi tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel

Indikator Keputusan Pembelian	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
Membeli karena harga sesuai harapan	20,83	66,67	12,5	0	0
Senang berbelanja karena pelayanan baik	48,39	32,26	19,35	0	0
Loyalitas sebagai konsumen lama	25	60	15	0	0

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

Memilih toko karena mudah dijangkau	57,69	30,77	11,54	0	0
-------------------------------------	-------	-------	-------	---	---

Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada keempat indikator keputusan pembelian. Temuan ini memperlihatkan bahwa faktor harga, pelayanan, loyalitas, dan kemudahan jangkauan secara nyata mendorong konsumen melakukan pembelian di Toko Buana Situju.

Analisis Data Penelitian

Analisis data dilakukan untuk menguji kualitas instrumen penelitian dan mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tahapan analisis mencakup uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda (uji t parsial dan uji F simultan), serta penghitungan koefisien korelasi dan determinasi.

• **Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kevalidan setiap butir pernyataan pada kuesioner. Kriteria pengujian adalah apabila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid. Dengan jumlah responden (N) = 30, diperoleh *r* tabel = 0,3610 (df = N – 2). Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel

No	Variabel/Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,623	0,361	Valid
2	X1.2	0,475	0,361	Valid
3	X1.3	0,664	0,361	Valid
4	X1.4	0,679	0,361	Valid
5	X2.1	0,436	0,361	Valid
6	X2.2	0,693	0,361	Valid
7	X2.3	0,791	0,361	Valid
8	X2.4	0,814	0,361	Valid
9	Y1	0,511	0,361	Valid
10	Y2	0,758	0,361	Valid
11	Y3	0,696	0,361	Valid
12	Y4	0,859	0,361	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada variabel harga, lokasi, dan keputusan pembelian memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, sehingga dinyatakan valid

• **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai Cronbach's Alpha pada variabel harga sebesar 0,720; variabel lokasi sebesar 0,776; dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,784. Seluruh nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang baik.

• **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harga (X1) dan lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1,657 + 0,871X1 + 0,116X2$$

Konstanta sebesar 1,657 menunjukkan nilai keputusan pembelian saat variabel harga dan lokasi dianggap konstan. Koefisien harga sebesar 0,871 berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,871, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien lokasi sebesar 0,116 berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,116, dengan asumsi variabel lain konstan.

• **Uji Parsial (Uji t)**

Hasil uji parsial menunjukkan variabel harga memiliki nilai *t* hitung 4,893 lebih besar daripada *t*

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu

tabel 1,688 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel lokasi memiliki nilai t hitung 3,047 lebih besar daripada t tabel 1,688 dengan signifikansi $0,008 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial baik variabel harga maupun lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu.

- **Uji Simultan (Uji F)**

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 14,277 lebih besar daripada F tabel 3,20 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bangunan pada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu.

- **Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,744 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel harga dan lokasi dengan keputusan pembelian. Sementara itu nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,761 menunjukkan bahwa 76,1% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 23,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1. Hasil uji regresi linear berganda secara parsial menunjukkan harga dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,25 >$ nilai t tabel, lokasi dengan nilai signifikan $0,008 < 0,05$ dan nilai t hitung $>$ nilai t tabel, sehingga dapat disimpulkan kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial atau satu persatu, dengan demikian hipotesis diterima
2. Hasil uji regresi linear berganda secara simultan menunjukkan harga dan lokasi secara bersama-sama dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $11,414 >$ nilai F tabel 2,64, sehingga dapat disimpulkan kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, dengan demikian hipotesis diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada Toko Buana Situju Kabupaten Pasangkayu untuk:

1. Menetapkan harga jual bahan bangunan yang sesuai daya beli konsumen agar meningkatkan loyalitas pembelian;
2. memanfaatkan media daring untuk mempermudah konsumen memperoleh informasi lokasi dan produk; serta
3. bagi peneliti selanjutnya disarankan meneliti variabel lain, mengingat masih terdapat 23,9% faktor yang belum terungkap memengaruhi keputusan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand Augusty, 2014. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali Imam, 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS". Cetakan Kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, 2012. Consumer Behavior: An applied approach. New Jersey: Addison Wesley Publishing Company
- Kardiman, Atiq Arsyadani, 2011. Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket KOPMA Wali Songo Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo, Jurnal Manajemen dan Akutansi Vol.2 No.4 Tahun 2015
- Kotler Philip, 2017. Marketing Management. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited

**Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada Toko
Buana Situju Kabupaten Pasangkayu**

Muhardi, 2011. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Parasuraman, 2014. Pengantar Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE

Semuel, 2010. Teori Ekonomi Mikro Edisi Pertama, Bandung : Penerbit PT. Refika Aditama.

Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

Tjiptono Fandy, 2014. Service, Quality, Satisfaction. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Yoeti, 2012. Perencanaan Strategis Pemasaran daerah Tujuan Wisata. Jakarta: PT Pradnya Paramita