



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ROTI AL- HIKMAH JOGOROTO

(Studi kasus pada Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto Jombang)

Wiwit Dwi Aprilliyah

Universitas Hasyim Asy'ari

Winaika Irawati

Universitas Hasyim Asy'ari

Rohmad Prio Santoso

Universitas Hasyim Asy'ari

Alamat: Tebuireng, Jl. Irian Jaya No.55, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur
61471

Korespondensi penulis: wiwitdwi606@gmail.com

Abstrak. *This study analyzes the influence of product quality, price, and location on purchasing decisions at Al-Hikmah Bakery Jogoroto. The sampling technique used in this research is saturated sampling, with a total sample of 50 respondents. The research employs a quantitative method by distributing questionnaires to consumers of Al-Hikmah Bakery. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that product quality, price, and location each have a significant partial effect on purchasing decisions at Al-Hikmah Bakery Jogoroto. Furthermore, the results of the simultaneous test show that product quality, price, and location variables collectively have a significant influence on purchasing decisions at Al-Hikmah Bakery Jogoroto..*

Keywords: *Product quality; Price; Location; Purchasing Decision*

Abstrak. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampling Jenuhdengan sampel berjumlah 50 orang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebar angket kepada konsumen Toko Roti Al-Hikmah. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto. Sedangkan hasil dari uji simultan variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Lokasi; Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Kemajuan dibidang perekonomian telah banyak membawa perkembangan yang pesat. Perkembangan tersebut dapat dilihat dalam bidang usaha seperti, pedagang eceran yang berbentuk toko, mini market, swalayan dan kegiatan bisnis waralaba lainnya. Bisnis Bakery sebenarnya bukanlah bisnis baru lagi di dunia perbisnisan. Bisnis bakery juga memberikan keuntungan, kita bisa melihat saat ini sangatlah banyak usaha Bakery dimana-mana, dengan berbagai macam nama produk, jenis produk yang dijual, yang membedakan dari usaha tersebut hanyalah kualitas dari masing-masing produk yang dijual.

Menurut Tjiptono(2014;41) dalam penelitian (Harti dan Ratnasari (2016) menjelaskan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk menawarkan jasa kepada pelanggan, alat-alat tersebut terdiri dari produk (*product*), harga (*pricing*), promosi (*promotion*), distribusi/tempat (*place*), dan layanan pelanggan (*customer service*). Strategi

pemasaran yang baik sangat dibutuhkan pemasar karena dalam penerapannya sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Dalam bisnis kuliner harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Jika sebuah produk sudah memiliki kualitas yang baik, maka dapat menarik konsumen yang loyal. Dengan kualitas produk yang baik toko roti Al-Hikmah memiliki produk-produk yang berkualitas dan memiliki daya saing yang ketat, produk yang dipasarkan di toko roti Al-Hikmah cukup terkenal dan tidak asing lagi seperti kue tart, roti tawar, roti rol dan produk lainnya yang sudah tidak diragukan lagi kualitas produknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang analisis datanya menggunakan analisis statistik. Populasi yang digunakan yaitu konsumen yang membeli di toko roti Al-Hikmah Jogoroto, dan sampel yang diambil yaitu sebanyak 50 orang konsumen toko roti Al-Hikmah Jogoroto, sehingga menggunakan teknik sampling jenuh. Selanjutnya teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dan analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Objek Penelitian

Toko roti Al-Hikmah ini sudah sangat melekat di masyarakat, karena kualitas produk yang dihasilkan selalu memuaskan, ada harga juga yang menjadi acuan konsumen untuk datang ke Toko Roti Al-Hikmah, harga yang sangat terjangkau dan tidak mengurangi kualitas yang dihasilkan dari produk toko ini serta sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

2. Karakteristik Umum Responden

Pada hasil penyebaran kuosioner menunjukkan ada hingga 50 konsumen antara kedua jenis kelamin memiliki hasil presentase laki-laki sebesar 34% atau 17 responden, konsumen perempuan sebesar 66% atau 33 responden.

Karakteristik responden berdasarkan usia yang berjumlah 50 orang, responden yang berusia <20 tahun berjumlah 5 orang (10%), responden yang berusia 20-29 tahun berjumlah 16 orang (32%), responden yang berusia 30-39 tahun berjumlah 14 orang (28%), responden yang berusia 40-49 tahun berjumlah 5 orang (10%), dan responden yang berusia >50 tahun berjumlah 10 orang (20%). Jadi dapat diartikan bahwa mayoritas responden berdasarkan usia, yaitu responden yang berusia 20-29 tahun dengan jumlah 16 orang (32%).

Karakter responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 50 orang responden, diperoleh 10 orang (20%) dengan pekerjaan sebagai PNS, 20 orang (40%) dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta, 7 orang (14%) dengan pekerjaan sebagai Wiraswasta, 10 orang (20%) dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa/I, 3 orang (6%) lainnya dengan pekerjaan selain yang tertera. Jadi bisa disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan atau responden Toko Roti Al-Hikmah adalah yang memiliki pekerjaan Pegawai Swasta.

3. Uji Validitas

Uji validitas masing-masing item pada variabel kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian mendapatkan signifikansi $< 0,05$ dan $R_{hitung} > R_{tabel}$. Karena ini menandakan bahwa keseluruhan item valid atau layak untuk dianalisis.

4. Uji Realibilitas

Temuan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dikatakan reliabel.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ROTI AL-HIKMAH JOGOROTO (Studi kasus pada Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto Jombang)

Dapat dilihat bahwa nilai uji reliabilitas tentang Kualitas Produk yaitu $0.890 \geq 0.60$, Harga $0.823 \geq 0.60$, Lokasi $0.603 \geq 0.60$ dan Keputusan Pembelian $0.717 \geq 0.60$, maka semuanya dikatakan reliabel.

Tabel 1. Temuan Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's		Keterangan
	Alpha	Item	
Kualitas Produk (X1)	0,890	13	Reliabel
Harga (X2)	0,823	7	Reliabel
Lokasi (X3)	0,603	4	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,717	4	Reliabel

5. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan temuan pada pengujian normalitas pada kolmogrov smirnov diatas diketahui Signifikasi sebesar 0.200, maka nilai residual berdistribusi normal. Selanjutnya diketahui variabel kualitas produk, harga, dan lokasi bernilai VIF tidak melebihi 10 dan memiliki toleransi 0,1 ketidak adanya masalah multikolonieritas pada regresi linier berganda. Pada analisis scatterplots regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

6. Pengujian T Parsial

Tabel 2. Temuan Pengujian T Parsial Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.045	1.387		.032	.974
	X1	.081	.032	.241	2.577	.013
	X2	.141	.063	.256	2.239	.030
	X3	.513	.110	.495	4.669	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pengujian diatas diketahui bahwa angka koefisien variabel Kualitas Produk (X1) bernilai sig $0.013 < 0.05$ serta memiliki T hitung $2.577 > T$ tabel 1.677, Hingga dapat dikatakan H_0 tidak diterima dan H_a diterima dengan artian Kualitas Produk berpengaruh dengan parsial pada konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Selanjutnya variabel Harga (X2) memiliki nilai sig $0.030 < 0.05$ dan nilai T hitung $2.239 > T$ tabel 1.677, Hingga dapat dikatakan H_0 tidak diterima dan H_a diterima dengan artian Harga berpengaruh dengan parsial pada konsemen dalam melakukan Keputusan Pembelian. Selanjutnya variabel Lokasi (X3) memiliki nilai sig $0.000 < 0.05$ serta memiliki T hitung $4.669 > T$ tabel 1.677, Hingga dapat dikatakan H_0 tidak diterima dan H_a diterima dengan artian Lokasi berpengaruh dengan parsial pada konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian.

7. Uji F Simultan

Tabel 3. Temuan Pengujian Simultan

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ROTI AL-HIKMAH JOGOROTO (Studi kasus pada Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto Jombang)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.660	3	41.220	58.307	.000 ^b
	Residual	32.520	46	.707		
	Total	156.180	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan pengujian diatas ditemukan nilai signifikan pada hasil uji F adalah $0.00 < 0.05$ dengan memiliki nilai F hitung $58.307 > 3.18$ F tabel. Maka H_0 tidak diterima dan H_a diterima artinya Variabel Kualitas Produk, Harga, dan Variabel Lokasi Mempengaruhi secara Simultan pada variabel Keputusan Pembelian.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Temuan Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.778	.841

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Pada tabel diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,778 yang artinya bahwa pengaruh variabel kualitas produk, harga dan lokasi (independen) terhadap variabel keputusan pembelian (dependen) sebesar 77,8% selebihnya 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam variabel di atas.

9. Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto

Temuan pada temuan analisis data memiliki hasil pengujian diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto mempunyai rasa yang enak, tekstur lembut tidak keras, penampilan yang menarik, aroma yang lezat dan porsi yang sesuai. Hal itu membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto.

Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh luthfan Fazari (2017), tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Vero Prakasa Gandhi dan Retno Budi Lestari Vol. 3 No. 1 (2021) tentang Pengaru Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Mammee Outlet M.Isa menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

10. Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto

Hasil analisis diperoleh bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dari produk Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto dapat dijangkau oleh konsumen, harga juga sesuai dengan kualitas dan lebih murah dibanding toko roti yang lain. Hal itu membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto.

Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Aulia dan Tri Sudarwanto, (2019), tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Depot Pak Qomar Surabaya menunjukkan hasil bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Mahmud Arief (2019), tentang Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di D&D Chicken and Burger Sumobito Jombang bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

11. Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto

Hasil analisis diperoleh lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto berlokasi di tempat yang strategis karena dapat dijangkau lebih mudah karena lokasi yang bertepatan di jalan alternatif, dan dengan parkir yang memadai, sertalingkungan yang aman. Hal itu membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto.

Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2019), Tentang Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Roti Modern Bakery Cukir bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian Luthfan Fazari Harsanto (2017) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Martabak Mas Ipung diperumahan Plamongan Indah Semarang bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

12. Kualitas Produk, Harga, Lokasi pada Keputusan Pembelian konsumen Toko Roti Al-Hikmah Jogoroto

Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 58,307 lebih besar dari F tabel 3,18 dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Maka terbukti bahwa Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal itu menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan Toko Roti AL-Hikamah sangatlah baik, Harga yang diberikan sangatlah terjangkau dikalangan masyarakat sekitar, serta Lokasi yang sangat strategis dijangkau oleh konsumen sangatlah berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ainur Rofiq dan M.Hufron (2018), tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Powernoise Store Malang bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian Siti Aulia dan Tri Sudarwanto (2016) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Depot Pak Qomar Surabaya bahwa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin baik harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan. Lokasi toko roti Al-Hikmah strategis sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan kualitas produk, harga dan lokasi toko roti Al-Hikmah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Annahdy, M. A. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di D&D Chicken and Burger Sumobito Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 2(1), 1-18. <https://doi.org/10.33752/bima.v2i1.116>
- Anwar I. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, Surabaya. Vol. 04 No. 12
- Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.
- Asriyah, C., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy (Studi Konsumen di Pondok Pesantren Putri Salafiyah Syafi'iyah Al-Khoiriyah Hasyim Seblak Diwek Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 271-283.
- Aulia, S., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Depot Pak Qomar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3). <https://doi.org/10.26740/jptn.v4n3.p%25p>
- Gandi, V. P., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mammee Bakery Outlet M. Isa. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 92-98. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article>
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 13-22
- Hakim, L. (2019). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 228-243. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.35>
- Harnady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Prabujaya Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(08).
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 340-351. <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.16727>
- Joko Bagio Santoso, J. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun, 2019).
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Ratnasari, A. D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3). <https://doi.org/10.26740/jptn.v4n3.p%25p>
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/866>

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO ROTI AL-HIKMAH JOGOROTO (Studi kasus pada Toko Roti
Al-Hikmah Jogoroto Jombang)**

- Sitepu, D. L. B., Safri, H., & Hendry, R. S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, citra merek, lokasi usaha dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko roti Hasanah bakery Rantaurapat. *Jurnal manajemen akuntansi (JUMSI)*, 2(1),N84-96.
- Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,(Penerbit Alfabeta:Bandung,2018),
- Wijaya, A. (2019). Analisis pengendalian kualitas produk roti pada virgin cake & bakery (*Doctoral dissertation*, Unika Soegijapranata Semarang)