

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN
DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
MUHAMMAD RICKY RINALDI
181010075**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

**Judul : PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN
DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**

Nama : Muhammad Ricky Rinaldi

NIM : 181010075

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya Medan

**Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si. Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA
NIDN : 0115019003 NIDN : 0120108001

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

**Judul : PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**

Nama : M. Ricky Rinaldi
NIM : 181010075
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 04 Juli 2022
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. ()
NIDN : 0006037202

Penguji II : Dedy Lazuardi S.E., M.M. ()
NIDN : 127117801

STIE Eka Prasetya,
Ketua

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAL PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Muhammad Ricky Rinaldi
NIM	181010075
Judul Skripsi	Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing – I	Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.
Pembimbing – II	Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 07 Juni 2022

Muhammad Ricky Rinaldi
181010075

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Com.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

8. Bapak Dr. Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
9. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
10. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
11. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
12. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 7 Juni 2022
Penulis

Muhammad Ricky Rinaldi
181010075

ABSTRAK

M. Ricky Rinaldi, 181010075, 2022, Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan, STIE Eka Prasetya , Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Irvan Rolyesh Situmotang, S.E., M.Si., Pembimbing II : Dr. Hengky Kosasih BA(Hons)., M.M., M.BA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan secara simultan pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah Papa Chicken serta unit observasinya adalah konsumen dari Papa Chicken di kecamatan Percut Sei Tuan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Papa Chicken yaitu sebanyak 3.500 konsumen. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dan diperoleh sampel sebanyak 97 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Keputusan Pembelian = 4,425 + 0,794 Harga + 0,119 Lokasi + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan dimana $t_{hitung} 9,382 > t_{tabel} 1,98552$ dan variabel Lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan dimana $t_{hitung} 1,232 < t_{tabel} 1,98552$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 44,816 > F_{tabel} 3,09$ yang berarti variabel bebas yaitu Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 48,8% variabel Keputusan Pembelian hanya dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Lokasi, sedangkan sisanya sebesar 51,2% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk, dan Citra merek yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

M. Ricky Rinaldi, 181010075, 2022, *The Influence of Price and Location on Papa Chicken Purchase Decisions in Percut Sei Tuan District*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Irvan Rolyesh Situmotang, S.E, M.Si., Advisor II : Dr. Hengky Kosasih BA(Hons)., M.M, M.BA.

*This study aims to determine the effect of price and location on purchasing decisions partially and simultaneously on Papa Chicken in Percut Sei Tuan District. The research methodology used is a quantitative research method, the unit of analysis in this study is Papa Chicken and the unit of observation is the consumers of Papa Chicken in Percut Sei Tuan sub-district. The population in this study were consumers who made purchases at Papa Chicken, as many as 3,500 consumers. The technique of determining the number of samples used in this study used the slovin formula and obtained a sample of 97 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research which is carried out systematically based on the research objectives. The analytical method used to solve the problem and prove the hypothesis is descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F tests, and coefficient of determination test (R²). The results of the analysis obtained regression analysis of **Purchase Decision = 4,425 + 0.794 Price + 0.119 Location + e** . The results of the t-test indicate that the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions on Papa Chicken in Percut Sei Tuan District where tcount 9,382 > 1.98552 and the location variable has no and no significant effect on purchasing decisions of Papa Papa Chicken in Percut Sei Tuan District. where tcount 1.232 < ttable 1.98552. The results of the F test show that Fcount 44,816 > Ftable 3.09 which means that the independent variables, namely Price and Location, simultaneously affect the dependent variable, namely the Purchase Decision on Papa Chicken in Percut Sei Tuan District. The results of the coefficient of determination test (R²) show that 48,8% of the Purchase Decision variables can only be explained by the Price and Location variables, while the remaining 51,2% is explained by the influence of other factors or variables outside the model such as Service Quality, Promotion, Quality Products, and brand image are not discussed in this study.*

Keywords: Price, Location, Purchase Decision

MOTTO

“Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal.”

(Bill Gates)

**“jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung.
Buat jalan mu sendiri dan tinggalkan jejak.”**

(Ralph Waldo Emerson)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta karunianya yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, keikhlasan, dan kesehatan untukku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada kedua orang tuaku (Papa dan Mama), kakak dan abang ipar (Yola Arfira Ananda dan Kurniawan Syahputra), keponakanku (Arkhan Syaquille Yasykur), dan saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat, motivasi, dan inspirasi yang tiada henti serta selalu mendoakanku dan juga mendukungku. Hal kecil yang kalian lakukan sangat penting dan berarti buatku.

terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan kepada dosen-dosenku, terutama untuk dosen pembimbingku (Bapak Irvan dan Bapak Hengky) yang selalu sabar menghadapiku dan bersedia membantu serta membimbingku hingga selesainya skripsi ini.

Dan tak lupa juga kepada teman-temanku dan para sahabatku (David dan Lilis) yang selalu menjadi penyemangat, berbagi ilmu, serta menjadi tempat untuk berbagi keceriaan hingga suka dan duka yang kita alami bersama selama kuliah.

Demikianlah kuucapkan terima kasih untuk kalian semua orang-orang yang aku sayangi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Aamiin.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

Latar Belakang..... 1

Identifikasi Masalah..... 5

Batasan Masalah 6

Rumusan Masalah..... 6

Tujuan Penelitian 7

Kegunaan Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU..... 9

Landasan Teori 9

Teori Keputusan Pembelian..... 9

Pengertian Keputusan pembelian..... 9

Struktur Keputusan Pembelian10

Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan

Pembelian.....11

Situasi Keputusan Pembelian	12
Indikator Keputusan Pembelian	13
Teori Harga	14
Pengertian harga	14
Manfaat Harga	15
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	16
Tujuan Harga	16
Indikator Harga	18
Teori Lokasi	19
Pengertian Lokasi	19
Karakteristik Lokasi Strategis	20
Faktor-faktor Memilih Lokasi Usaha	20
Manfaat Lokasi	22
Indikator Lokasi	22
Penelitian Terdahulu	24
Kerangka Pemikiran	26
Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
Lokasi dan Waktu Penelitian	27
Lokasi Penelitian	27
Waktu Penelitian	27
Jenis dan Sumber Data	27
Jenis Data	27

Sumber Data	27
Populasi dan Sampel	28
Populasi Penelitian.....	28
Sampel Penelitian	28
Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
Teknik Pengumpulan Data	31
Teknik Analisa Data	33
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	33
Uji Validitas	33
Uji Reliabilitas	33
Uji Asumsi Klasik.....	34
Uji Normalitas	34
Uji Heteroskedastisitas.....	34
Uji Multikolinearitas	35
Analisis Regresi Linear Berganda	36
Uji Hipotesis	36
Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	36
Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	37
Uji R ² (Koefisien Determinasi)	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian	39
Sejarah Singkat Papa Chicken.....	39
Karakteristik Responden.....	40

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin	40
Karakteristik responden Berdasarkan Usia.....	41
Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan	
Terakhir	42
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah	
Pembelian	42
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
Uji Validitas.....	43
Uji Reliabilitas	46
Uji Asumsi Klasik	47
Uji Normalitas	47
Uji Heteroskedastisitas.....	49
Uji Multikolinearitas	50
Analisis Regresi Linear Berganda	51
Uji Hipotesis	53
Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	53
Uji Signifikan Simultan (Uji F)	54
Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Pembahasan	57
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan	

Pembelian	58
-----------------	----

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

AKADEMIS

Kesimpulan.....	59
-----------------	----

Implikasi Manajerial	60
----------------------------	----

Saran Akademis.....	61
---------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAT PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pendapatan Papa Chicken	2
Tabel 1.2	Daftar Harga Makanan.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Harga (X_1).....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2).....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.9	Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>).....	48
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.12	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	53
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	56
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1	Uji Normalitas (<i>Histogram</i>).....	47
Gambar 4.2	Uji Normalitas (<i>Normalitas Probability Plot</i>).....	48
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : KUESIONER

Lampiran 2 : HASIL KUESIONER HARGA (X_1)

Lampiran 3 : HASIL KUESIONER LOKASI (X_2)

Lampiran 4 : HASIL KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Lampiran 5 : TABEL r

Lampiran 6 : TABEL t

Lampiran 7 : TABEL F

Lampiran 8 : HASIL OUTPUT SPSS VERSI 23

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada dunia perdagangan saat ini terjadi persaingan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan Pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam dunia bisnis karena fokus sosialnya. Dunia bisnis berubah secara dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen dan lingkungan. Ini adalah peluang bagi pelaku bisnis karena permintaan pelanggan meningkat.

Hal tersebut agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, agar tidak beralih ke pesaing lain. Persaingan yang semakin tinggi membuat konsumen memiliki penawaran terhadap kualitas, produk, lokasi, kenyamanan toko, pelayanan yang bernilai, Harga yang lebih murah, dan sebagainya. Pada saat ini kompetisi pada usaha ritel tidak hanya pada beberapa hal saja, akan tetapi menyangkut berbagai aspek pemasaran yang dapat digunakan untuk menarik konsumen melakukan pembelian produk. Setiap strategi yang ditetapkan oleh pemasar atau pengusaha akan berpengaruh terhadap tindakan konsumen dalam memutuskan evaluasinya untuk melakukan pembelian terhadap salah satu ritel dari berbagai alternatif yang telah dievaluasinya.

Papa Chicken adalah salah satu usaha yang dikhususkan hanya melakukan penjualan produk makanan saja yang berlokasi di jalan Cemara Boulevard C5 No. 52, Medan. Usaha yang didirikan pada tahun 2008 ini memiliki beberapa olahan makanan berjenis ayam yang menjadi dasar dalam menjalankan usahanya. Papa Chicken juga sangat dikenal dengan kelezatan menu makanannya sehingga

tidak mengherankan jika konsumen dapat terus berminat untuk melakukan pembelian pada menu makanannya.

Keputusan pembelian merupakan tindakan pemecahan masalah yang dilakukan orang ketika memilih tindakan yang tepat dari dua atau lebih pilihan tindakan, dan dipandang sebagai tindakan pembelian yang paling tepat ketika melakukan langkah pertama dari proses pengambilan keputusan (Firmansyah, 2018:27). Keputusan Pembelian sangat penting untuk pengembangan usaha ritel karena tanpa adanya Keputusan tersebut, ritel akan dipastikan tidak dapat bertahan lama karena kalah dalam menghadapi persaingan yang ada. Melihat pentingnya Keputusan Pembelian tersebut, sudah seharusnya setiap usaha ritel melakukan berbagai penerapan strategi Bauran Pemasaran agar dapat memenangkan persaingan.

Berikut ini tabel pendapatan dari Papa Chicken 2016 sampai dengan 2021 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Data Pendapatan Papa Chicken

Tahun	Jumlah Produk Terjual/Porsi	Nominal Pendapatan
2017	24.600	Rp 492.000.000
2018	22.800	Rp 456.000.000
2019	23.400	Rp 468.000.000
2020	7.200	Rp 144.000.000
2021	3.800	Rp 72.000.000

Sumber: Papa Chicken, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh informasi bahwa terjadi penurunan penjualan pada Papa Chicken rentang waktu dari tahun 2017-2018, ditahun 2017 dengan total penjualan 24.600 porsi, adapun jumlah pendapatan Papa Chicken ditahun 2017 sejumlah Rp 492.000.000. sedangkan pada tahun

2018 total penjualan sebanyak 22.800 porsi. adapun jumlah pendapatan Papa Chicken ditahun 2018 sejumlah Rp 456.000.000. Akan tetapi, pada tahun 2019 Papa Chicken mengalami kenaikan dengan total penjualan sebanyak 23.400 porsi. adapun jumlah pendapatan Papa Chicken ditahun 2019 sejumlah Rp 468.000.000. Pada tahun 2020-2021 terjadi penurunan total penjualan yang cukup signifikan yaitu ditahun 2020 dengan total penjualan sebanyak 7.200 porsi. adapun jumlah pendapatan Papa Chicken ditahun 2020 sejumlah Rp 144.000.000. Sedangkan pada tahun 2021 total penjualan sebanyak 3.400 porsi. adapun jumlah pendapatan Papa Chicken ditahun 2021 sejumlah Rp 72.000.000. terjadinya penurunan penjualan tersebut dikarenakan adanya pandemi *corona* dan mulai berkurangnya minat konsumen untuk melakukan pembelian Papa Chicken karena konsumen merasa bosan dengan produk yang dijual sehingga tidak sedikit konsumen yang mulai beralih ke usaha makanan lain.

Harga merupakan sejumlah uang yang diberikan dalam kegiatan pertukaran, untuk memperoleh suatu barang maupun jasa (Bahri, 2019:159). Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli produk atau jasa tersebut. Biaya rendah atau keterjangkauan Harga merupakan faktor yang mengarah pada efisiensi pasar yang lebih baik. Terjadinya keputusan pembelian konsumen terjadi karena terdapat faktor-faktor yang dinilai mempengaruhinya dimana salah satunya adalah berdasarkan faktor harga.

Tabel 1.1
Daftar Harga Makanan

No	Menu Papa Chicken	Harga Papa Chicken	Menu Chicken Holic	Harga Chicken Holic
1	Fish Crispy	Rp 25.000	Holic Honey	Rp 18.000
2	Papa Black Papper	Rp 20.000	Holic BBQ	Rp 18.000
3	Papa Honey	Rp 20.000	Holic Ayam Bawang	Rp 18.000
4	Papa Potato	Rp 20.000	Holic Seaweeds	Rp 18.000
5	Papa Ayam Bawang	Rp 20.000	Holic Pizza	Rp 18.000
6	Papa BBQ	Rp 20.000	Holic Keju	Rp 18.000
7	Papa Ayam Panggang	Rp 20.000	Holic Mayonnaise	Rp 18.000
8	Papa Pizza	Rp 20.000	Holic Black Pepper	Rp 18.000
9	Papa Keju	Rp 20.000	Holic BBQ Sauce	Rp 18.000
10	Papa Jagung Manis	Rp 20.000	French Fries	Rp 13.000

Sumber: Hasil Observasi, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat beberapa jenis makanan dengan berbagai macam rasa yang ada. Pada Papa Chicken sudah berdiri lebih lama dari pada Chicken Holic. Sehingga, Harga yang ditetapkan Papa Chicken terbilang cukup mahal dibandingkan Harga dari Chicken Holic dan porsi makanan yang diberikan pun tidak banyak atau sedikit. Oleh karena itu, konsumen dengan perekonomian rendah lebih mencari makanan dengan Harga murah dan porsi makanan yang lebih banyak.

Lokasi adalah bagian yang menentukan kesuksesan suatu kegiatan usaha karena merupakan salah satu cara dalam memaksimalkan peluang yang berangkat dari idea atau gagasan tertentu (Bahri, 2019:173). Lokasi merujuk pada suatu tempat, letak atau di mana sesuatu ditempatkan/diletakkan. Lokasi yang baik untuk kegiatan usaha adalah lokasi yang memiliki dampak atau implikasi positif terkait proses-proses dari kegiatan pemasaran yang dilakukan. Tentunya, suatu lokasi dipilih untuk menjalankan kegiatan usaha dalam rangka mempertahankan dan bahkan mampu mendukung perkembangan dari usaha tersebut. Oleh karena

itu, faktor-faktor dimana suatu produk atau jasa dalam bisnis sangat tergantung pada keputusan pembelian konsumen. Strategi lokasi adalah salah satu faktor terpenting bagi perilaku pelanggan. Pemilik usaha perlu memilih ruang yang tepat ketika menempatkan bisnisnya di area-area yang dekat dengan keramaian atau publik.

Lokasi dari Papa Chicken dinilai mudah untuk ditemukan oleh konsumen yang berada di sekitar Komplek Cemara Asri dan ingin melakukan pembelian. Namun, Lokasi tersebut cukup jauh dari konsumen yang tinggal diluar Komplek cemara asri dan rawan terkena macet serta akses jalan yang kurang baik sehingga akan memakan cukup banyak waktu untuk konsumen yang melakukan pembelian secara langsung. Akibat jauhnya konsumen untuk melakukan pembelian, konsumen akan lebih mencari makanan terdekat agar tidak mengeluarkan lebih banyak waktu.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada pengusaha dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN”**

Identifikasi Masalah

Pada latar belakang di atas, maka disinyalir identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Harga yang ditetapkan Papa Chicken tidak sesuai dengan porsi makanan yang disajikan kepada konsumen. Sehingga, hal tersebut membuat konsumen merasa kurang puas untuk melakukan pembelian.
2. Lokasi dari Papa Chicken cukup jauh dari konsumen yang tinggal diluar Komplek cemara asri dan rawan terkena macet serta akses jalan yang kurang baik sehingga akan memakan cukup banyak waktu untuk konsumen yang melakukan pembelian secara langsung.

Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen dari Papa Chicken.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan ?

2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan ?
3. Apakah Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Bagi Papa Chicken
Sebagai dasar peningkatan keunggulan dalam bersaing pada bidang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

Landasan Teori

Teori Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan pembelian merupakan tindakan pemecahan masalah yang dilakukan orang ketika memilih tindakan yang tepat dari dua atau lebih pilihan tindakan, dan dipandang sebagai tindakan pembelian yang paling tepat ketika melakukan langkah pertama dari proses pengambilan keputusan.

Menurut Rossanty, dkk (2018:14), Keputusan Pembelian Merupakan kontinum yang terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi yang menunjukkan adanya keterlibatan dari konsumen dalam keputusan membeli dan dimensi yang menunjukkan jumlah informasi yang dibutuhkan konsumen untuk dapat membuat keputusan dengan mencari informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:47), Keputusan Pembelian merupakan respon yang didapatkan lewat pembelajaran atas pengaruh dari lingkungan.

Menurut Morissan (2015:111), Keputusan Pembelian adalah langkah lain dalam niat dan keinginan untuk membeli, tetapi berbeda dengan pembelian yang sebenarnya.

Menurut Purboyo, dkk (2021:4), Keputusan Pembelian adalah proses berikutnya setelah melakukan evaluasi pada alternatif-alternatif yang ada maka konsumen akan melalui proses yang disebut Keputusan Pembelian.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian adalah kegiatan pemecah masalah yang dilakukan individu dalam memilih sesuatu yang diinginkan dengan mempertimbangkan berbagai alternatif demi tercapainya sebuah kepuasan.

Struktur Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:37), ada beberapa struktur yang mempengaruhi konsumen sebagai berikut:

1. Keputusan tentang jenis produk.

Semua proses pengambilan Keputusan Pembelian produk mempertimbangkan apa kebutuhan terpenting kita dan berapa banyak uang yang kita miliki, berdasarkan pendapatan rumah tangga juga menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk harga, merek, kualitas, dan lainnya, dalam produksi perlu dilakukan sebagai evaluasi Keputusan Pembelian.

2. Keputusan tentang karakteristik produk.

Konsumen memutuskan untuk membeli produk dengan bentuk tertentu (ukuran, mutu, corak dan sebagainya).

3. Keputusan tentang merek.

Konsumen harus memutuskan merek apa yang akan mereka pilih. pengusaha juga perlu tahu merek seperti apa yang akan menjadi pilihan konsumen.

4. Keputusan tentang penjualan.

Konsumen perlu memutuskan dimana akan membeli, dan pengusaha perlu mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

5. Keputusan tentang jumlah produk.

Konsumen memutuskan berapa banyak produk yang akan dibeli, dan pengusaha perlu mempertimbangkan berapa banyak produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan mereka sesuai dengan preferensi pelanggan yang berbeda.

6. Keputusan tentang waktu pembelian.

Konsumen memutuskan kapan untuk membeli. Perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen ketika memutuskan apa yang akan dibeli, juga mempengaruhi perusahaan dalam mengukur waktu promosi, pemesanan, periklanan dan sebagainya

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Purboyo, dkk (2021:39), faktor-faktor yang mempengaruhi

Keputusan Pembelian pelanggan terdapat 4 faktor yaitu:

1. Kebudayaan

Faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar.

2. Sosial

Faktor sosial termasuk didalamnya yaitu seperti kelompok referensi, keluarga, status, dan peran sosial.

3. Usia

Faktor usia sangat mempengaruhi perilaku pelanggan. Orang dewasa akan mempunyai perilaku yang berbeda dengan anak-anak atau bahkan remaja, karena kebutuhan yang mereka perlukan pun berbeda sesuai dengan tingkat usianya.

4. Psikologi

Faktor terakhir yang tidak kalah penting yaitu psikologi. Pilihan membeli juga dipengaruhi oleh 4 faktor psikologi utama seperti motivasi, persepsi, belajar, dan keyakinan.

Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian

Menurut Purboyo, dkk (2021:44), adapun jenis-jenis perilaku keputusan pembelian tersebut sebagai berikut:

1. Perilaku pembelian kompleks

Jenis perilaku pembelian yang paling kompleks dalam situasi yang ditentukan oleh keterlibatan tinggi dalam pembelian, biasanya ditemukan pada pembelian barang mahal dan pada umumnya barang yang jarang dibeli konsumen serta terdapat banyak perbedaan antar merek.

2. Perilaku pembelian pengurangan disonansi

Jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan tinggi dalam pembelian tetapi konsumen tidak melihat banyak perbedaan dalam merek.

3. Perilaku pembelian kebiasaan

Jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan yang rendah dalam pembelian dan tidak ada perbedaan merek yang signifikan, biasanya ditemukan pada pembelian produk yang murah dan produk yang sering di beli konsumen.

4. Perilaku pembelian mencari keragaman

Jenis perilaku pembelian dimana situasi yang ditentukan oleh keterlibatan yang rendah tetapi anggapan perbedaan merek yang signifikan. Dalam hal ini, konsumen biasanya melakukan peralihan merek karena rasa bosan atau karena ingin mencoba rasa yang berbeda.

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:27), dengan demikian seorang konsumen dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa pengukuran yaitu:

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recoqnition*)

Proses pembelian konsumen dimulai ketika konsumen memahami kebutuhan atau masalah. Kebutuhan ini disebabkan karena pengaruh internal atau eksternal.

2. Pencari Informasi (*Information Search*)

Pelanggan siap untuk belajar lebih banyak ketika pengguna mendukung kebutuhan mereka. Orang memahami informasi produk dengan lebih baik. Pengambilan data dapat aktif atau tidak aktif menggunakan pengambilan data dengan mengunjungi berbagai sumber perbandingan internal atau

eksternal, dan ada juga alasan khusus yang menentukan publikasi jurnal dan jurnal penelitian yang dapat diterima.

3. Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)

Setelah mencari banyak informasi, konsumen perlu mengevaluasi banyak pilihan yang tersedia dan memutuskan apa yang harus dilakukan selanjutnya.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah menyelesaikan langkah-langkah tersebut, konsumen memutuskan apakah akan membeli atau tidak.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Pemasar perlu memperhatikan konsumen setelah membeli suatu produk. Apakah konsumen merasa puas atau tidak puas setelah membeli suatu produk. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah membeli.

Teori Harga

Pengertian Harga

Menurut Wijayanti, dkk (2021:245), Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar para pelanggan untuk memperoleh manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Kasmir (2018:191), Harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati produk atau layanan yang mereka tawarkan.

Menurut Wijayanti (2021:51), Harga adalah hasil dari kebijakan penetapan harga produk, termasuk label harga, diskon, syarat, pembayaran, syarat kredit, atau kebijakan lainnya.

Menurut Bahri (2019:159), Harga adalah sejumlah uang yang diberikan untuk mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Kurniawan (2018:22), Harga adalah nilai transaksi yang dibebankan oleh pembeli untuk mendapatkan produk atau jasa yang memiliki nilai guna dan pelayanannya.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa sehingga tercapainya sesuatu hal yang diinginkan.

Manfaat Harga

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:256), secara garis besar, manfaat dari harga dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas.
2. Harga jual secara langsung menentukan laba operasi.

3. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk dan merek dan membantu menentukan posisi merek dalam mengidentifikasi potensial pelanggan.
4. Harga adalah alat atau sarana langsung untuk membandingkan suatu merek dengan pesaingnya.
5. Strategi penetapan harga harus sesuai dengan komponen lain dari bauran pemasaran. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi dan distribusi produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Menurut Kasmir (2018:197), berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi strategi distribusi, yaitu:

1. Pertimbangan pembeli atau faktor pasar
Sifat pelanggan akan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan metode posting langsung.
2. Karakteristik produk
Produk yang kompleks, disesuaikan, dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi langsung yang pendek.
3. Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan
Produsen dengan banyak sumber daya keuangan, administrasi dan pemasaran didorong untuk menggunakan saluran langsung.

Tujuan Harga

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:258), pada dasarnya ada beraneka ragam tujuan dalam menetapkan harga. Berikut ini adalah beberapa diantaranya:

1. *Survival*

Salah satu tujuan utama penetapan harga adalah *survival* (kelangsungan hidup) perusahaan.

2. Laba

Asumsi teori ekonomi klasik adalah bahwa semua perusahaan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan.

3. *Return On Investment (ROI)*

Tujuan ROI dinyatakan sebagai persentase pengembalian atas total investasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan, fasilitas manufaktur, dan aset yang mendukung produk yang bersangkutan.

4. Pangsa Pasar

Perusahaan sering menentukan pangsa pasar sebagai tujuan penetapan harga, dan pangsa pasar dapat dinyatakan sebagai pangsa pasar relatif dan pangsa pasar absolut.

5. Aliran Kas

Beberapa perusahaan menetapkan harga untuk menghasilkan uang secepat mungkin. Tujuan ini biasanya dipilih ketika perusahaan ingin menutup biaya pengembangan produk secepat mungkin.

6. *Status Quo*

Dalam beberapa kasus, perusahaan berada dalam posisi kompetitif yang kuat dan ingin mempertahankan *status quo*. Sasaran yang ada dapat berfokus pada beberapa aspek, seperti mempertahankan pangsa pasar tertentu, mencocokkan harga pesaing, mencapai stabilitas harga, dan mempertahankan citra publik yang positif.

7. Kualitas Produk

Citra kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Harga mahal kerap kali dijadikan indikator kualitas tinggi oleh para konsumen. Upaya menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar, diantaranya biaya riset dan pengembangan, serta biaya bahan baku yang digunakan.

Indikator Harga

Menurut Wijayanti, dkk (2021:245), terdapat lima indikator yang mencirikan Harga. Kelima indikator tersebut adalah :

1. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya Harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

3. Kesesuaian Harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

4. Harga sesuai kemampuan

Ketika Harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika Harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

5. Daya saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

Teori Lokasi

Pengertian Lokasi

Menurut Husen, dkk (2016:4), Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menjual produknya.

Menurut Kurniawan (2018:36), Lokasi adalah tempat di mana kita menentukan letak usaha kita sehingga pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis.

Menurut Wijayanti (2021:52), Lokasi merupakan hasil kebijakan yang berkaitan dengan distribusi dan tingkat pelayanan pelanggan, termasuk jaringan

distribusi, geografi, lokasi, transportasi, persediaan, ketersediaan, dan pengiriman produk yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Menurut Dayu dan Qadriah (2018:81), Lokasi merupakan salah satu faktor utama perusahaan karena dapat mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan perusahaan.

Menurut Kasmir (2018:140), Lokasi merupakan tempat ditujukan untuk konsumen dan dapat diartikan sebagai tempat untuk memperluas jangkauan produk.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi merupakan bagian yang menentukan kesuksesan suatu kegiatan usaha sehingga tempat menjadi faktor penting dalam memaksimalkan dan dapat mempengaruhi perkembangan serta kelangsungan hidup usaha.

Karakteristik Lokasi Strategis

Menurut Bahri (2019:181), karakteristik suatu lokasi dikatakan strategis untuk menjalankan usaha memiliki beberapa hal, yaitu:

1. Penetapan dan pemilihan suatu lokasi usaha akan meminimalkan biaya produksi.
2. Penetapan dan pemilihan suatu lokasi usaha akan memaksimalkan pendapatan perusahaan.
3. Penetapan dan pemilihan suatu lokasi usaha akan memudahkan proses-proses pengiriman berikut member kesempatan kepada perusahaan untuk

meminimalkan biaya yang diperlukan tanpa mengurangi mutu dan kualitas dari barang ataupun bahan baku produk yang dipindahkan.

Faktor-Faktor Memilih Lokasi Usaha

Menurut Qadriah (2018:81), terdapat 6 faktor kunci dalam memilih lokasi usaha yang ideal, antara lain sebagai berikut:

1. Tersedianya sumber daya
Ketersediaan sumber daya terutama bahan baku sebagai bahan baku produksi, dan tenaga kerja kendaraan sangat membantu pengusaha.
2. Pilihan pribadi wirausahawan
Pertimbangan pilihan ketika memutuskan suatu pekerjaan diubah oleh keinginan kuat dari pengusaha itu sendiri.
3. Pertimbangan gaya hidup keluarga
Wirausahawan memilih gaya hidup dengan *focus* semata-mata lebih meningkatkan keharmonisan rumah tangga atau keluarga daripada kepentingan bisnis.
4. Kemudahan dalam mencapai konsumen
Seorang wirausahawan yang memilih tempat usaha berorientasi pada pasar. Pasar atau lokasi diutamakan ketika memikirkan kesuksesan bisnis.
5. Kondisi lingkungan bisnis
Pengusaha tumbuh serta memilih lingkungan dan lokasi bisnis yang kompleks, atau di mana pusat bisnis berada.

6. Tersedianya tempat dan biaya

Untuk mendefinisikan bisnisnya, pengusaha menyediakan perumahan, uang dan ketersediaan ruang dan uang memungkinkan dia untuk memilih jenis bisnis yang akan dilakukan.

Manfaat Lokasi

Menurut Kasmir (2018:141), keuntungan yang diperoleh dengan Lokasi yang tepat, yaitu:

1. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
2. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
3. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus.
4. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu.
5. Memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
6. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

Indikator Lokasi

Menurut Ratnasari (2016:5), Integrasi indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Akses, Lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, merupakan Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu Lintas di Sekitar Lokasi, menyangkut dua pertimbangan utama sebagai berikut, banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, dan kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.
4. Fasilitas Perparkiran, tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.

Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

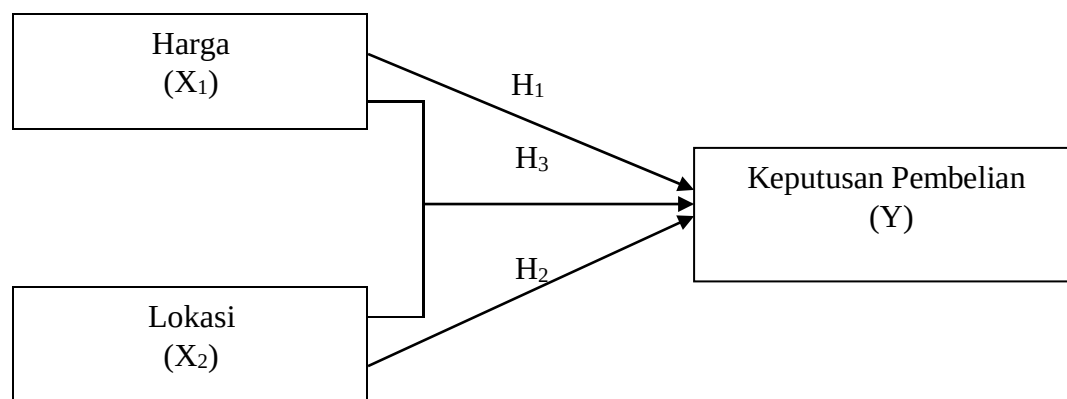
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
01.	Indah Sari dan Rahmat Hidayat (2020) Journal of Trends Economics and Accounting Research, Vol.1, No.2, 2020.	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs	Independen : Lokasi dan Fasilitas Dependen : Keputusan Pembelian	Secara simultan dan parsial bahwa Lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

	ISSN: 2745-7710 Lubuk Pakam			
02.	Kiki Dwi Wijayanti, Komarudin, Sinta Sulistiani (2021) Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia, Vol.1, No.2, 2021. ISSN: 2776-1568 Banten	Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Apartement Bailey's City</i> Di Ciputat	Independen : Lokasi dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Secara simultan Lokasi dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
03.	Jaya Permana dan Widwi Handari Adji (2019) Jurnal Ilmiah MEA, Vol.5, no.2, 2021. ISSN: 2621-5306 Bandung	Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Khanza Barokah Minimarket	Independen : Lokasi dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Secara simultan Lokasi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
04.	Akhmad Husen, Seno Sumowo, Akhmad Fahrur Rozi (2018) Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.4, No.2, 2018. ISSN:	Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie ayam Solo Bangsal Jember	Independen : Lokasi, Citra Merek dan <i>Word Of Mouth</i> Dependen : Keputusan Pembelian Konsumen	Secara simultan Lokasi, Citra Merek dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan pembelian Konsumen

	2443-2830			
	Jember			
05.	Ruth F.A. Pasaribu, Ira Lestari Sianipar, Yona F. Siagian, Vier Sartika (2019) Jurnal Manajemen, Vol.5, No.1, 2019. ISSN: 2301-6256 Medan	Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan	Independen : Promosi dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Secara Simultan Promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dilihat gambar kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan uraian rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Komplek Cemara Asri.
- H2: Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Komplek Cemara Asri.
- H3: Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Komplek Cemara Asri.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian ini dilakukan di Jalan Komplek Cemara Asri, Medan.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan April 2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sujarweni (2019:15), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang hasilnya dapat diperoleh dengan menggunakan metode statistik dan metode pengukuran lainnya.

Sumber data

Menurut Sujarweni (2019:114), jenis penelitian dan sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

1. Data Primer

Data diperoleh dari responden melalui survei, kelompok fokus, panel, atau wawancara peneliti dengan narasumber.

2. Data Sekunder

Data diperoleh dari laporan keuangan, laporan pemerintah, artikel, buku teori, buku dan jurnal yang berkaitan dengan urusan perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian

Menurut Sujarweni (2019:105), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Papa Chicken tahun 2021 sebanyak 3.500 konsumen.

Sampel Penelitian

Menurut Sujarweni (2019:105), Sampel adalah bagian dari banyak karakteristik populasi yang digunakan dalam penelitian. Jika populasinya besar, peneliti mungkin tidak dapat memasukkan semuanya dalam studi karena keterbatasan dana, staf, dan waktu. Peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi ini.. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*.

Menurut Sugiono (2016:85), *Sampling Insidental* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan keacakan. Dengan kata lain, Kita dapat memilih

orang-orang yang Kita temui secara kebetulan dengan peneliti jika orang yang diwawancarai dianggap cocok sebagai sumber data.

Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 3.500 konsumen maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel *slovin* dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat *error* 10% dimana rumus *slovin* yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.500}{1+3.500(10\%)} \\ &= \frac{3.500}{1+3.500(0.01)} \\ &= \frac{3.500}{1+35} \\ &= \frac{3.500}{36} \\ &= 97 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 3.500 konsumen dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus *slovin* dengan menggunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 konsumen.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam defenisi konsep) tersebut secara operasional, secara praktis, secara rill, bahkan diuji baik bagi peneliti dan peneliti lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel independen yaitu Harga dan Lokasi. Sedangkan, variabel dependen adalah Keputusan Pembelian dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
1	Harga (X ₁)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar para pelanggan untuk memperoleh manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sumber: Wijayanti, dkk (2021:245)	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat 4. Harga Sesuai Kemampuan 5. Daya Saing Harga Sumber : Wijayanti, dkk (2021:245)	<i>Likert</i>
2	lokasi (X ₂)	Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menjual produknya. Sumber : Husen, dkk (2018:136)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas di Sekitar Lokasi 4. Fasilitas Perparkiran 5. Lingkungan Sumber : Husen, dkk (2018:136)	<i>Likert</i>

No	Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
3	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Sumber : Firmansyah (2018:27)	1. Pengenalan Masalah (<i>Problem Recoqnition</i>). 2. Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>). 3. Evaluasi Alternatif (<i>Alternative Evaluation</i>). 4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>). 5. Perilaku Pasca Pembelian (<i>Post-Purchase Behavior</i>). Sumber : Firmansyah (2018:27)	<i>Likert</i>

Sumber : Data diolah, 2021

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) yang diberikan kepada responden. Menurut Sujarweni (2019:118), teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Berikut ini ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang biasa digunakan sebagai berikut:

1. Kuisisioner atau Angket

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

No.	Pilihan	Skala Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah, 2021

2. Survey

Survey lebih banyak digunakan untuk pemecahan masalah-masalah yang berkaitan dengan perumusan kebijakan dan bukan untuk pengembangan.

3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan.

4. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

5. Analisis Dokumen

Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Jika r -hitung lebih besar dari r -tabel dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid atau tidaknya adalah r -hitung lebih besar dari r -tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsisten, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Penelitian ini menggunakan pendekatan grafik normal *P-Plot of Regression Standardized Residual* untuk menguji normalitas data dan pendekatan uji *kormogolov-smirnov*. Untuk pendekatan grafik jika data menyebar disekitar garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2015:186), heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara

memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2015:185), uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Deteksi ada tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) dan *Tolerance*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai $VIF < 10$, dan $tolerance > 0,1$.

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sujarweni (2015:149), regresi yang memiliki 1 variabel dependen dan lebih dari 1 variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Kenapa harus dilakukan uji asumsi klasik karena variabel independennya lebih dari 1 maka perlu diuji keindependenan hasil uji regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Menurut Sujarweni (2015:149), model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan : Y = Keputusan Pembelian
 α = Konstanta
 β_1 - β_2 = Koefisien regresi
 X_1 = Harga
 X_2 = Lokasi
 e = *Error term*

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Uji hipotesis pada penelitian ini meliputi Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), Uji Signifikansi Parsial (Uji *t* Statistik), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji *F* Statistik).

Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik *t*)

Menurut Sujarweni (2015:97), uji *t* dua sampel independent pada prinsipnya akan membandingkan rata-rata dari dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain, dengan tujuan apakah kedua grup tersebut mempunyai

rata-rata yang sama. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria uji signifikan ini adalah :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghazali (2016:96), tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Langkah :

1. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat
 H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
 H_a : Ada hubungan yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Menghitung F_{tabel}

F tabel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k - 1$$

dimana :

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

3. Pengambilan keputusan berdasarkan F_{hitung} dan F_{tabel}

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

4. Dengan melihat nilai probabilitas signifikan

Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase,. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi atau Seberapa jauh perubahan variabel Y
dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Singkat Papa Chicken

Papa Chicken adalah salah satu usaha yang dikhususkan hanya melakukan penjualan produk makanan saja yang berlokasi di jalan Cemara Boulevard C5 No. 52, Medan. Usaha yang didirikan Papa Chicken pada tahun 2008 ini memiliki beberapa olahan makanan berjenisnaskan ayam yang menjadi dasar dalam menjalankan usahanya.

Papa Chicken juga sangat dikenal dengan kelezatan menu makanannya sehingga tidak mengherankan jika konsumen dapat terus berminat untuk melakukan pembelian pada menu makanannya. Keinginan yang kuat untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen memacu Papa Chicken untuk terus berinovasi dan memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumen. Seiring dengan banyaknya pesaing disekitar, Papa Chicken terus mengembangkan banyak olahan seperti Papa Mozarella, kepiting Crispy, dan Papa Potato. Papa Chicken memiliki makanan yang 100% halal karena menggunakan bahan makanan yang baik untuk dikonsumsi oleh konsumen serta tidak menggunakan pewarna maupun penyedap. Keunikan pada bumbu dan rasa saus yang dimiliki Papa Chicken membuat konsumen sangat menikmati makanannya serta membuat konsumen dapat terus berminat untuk melakukan pembelian.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah serta tujuan penelitian tersebut. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan dengan mengambil sebanyak 97 konsumen untuk dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, serta jumlah pembelian.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini, yaitu:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pria	61	62,89%
2.	Wanita	36	37,11%
Total		97	100%

Sumber : Hasil olah data, 2022

Pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin pria karena di daerah tersebut yang lebih banyak berkunjung adalah yang berjenis kelamin pria. Dengan perincian yang berjenis kelamin pria berjumlah 61 orang atau 62,89% dan yang berjenis kelamin wanita berjumlah 36 orang atau 37,11%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini, yaitu:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	18 – 25 tahun	41	42,27%
2.	26 – 35 tahun	32	32,99%
3.	> 35 tahun	24	24,74%
Total		97	100%

Sumber : Hasil olah data, 2022

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur 18 – 25 tahun karena di daerah tersebut yang lebih banyak berkunjung adalah yang berumur 18- 25 tahun. Dengan perincian umur 18 – 25 tahun berjumlah 41 orang atau 42,27%, umur 26 – 35 tahun berjumlah 32 atau 32,99%, dan umur > 35 tahun berjumlah 24 orang atau 24,74%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini, yaitu:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SMA	55	56,70%
2.	D3	8	8,25%
3.	S1	33	34,02%
4.	S2	1	1,03%
Total		97	100%

Sumber : Hasil olah data, 2022

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki pendidikan terakhir SMA karena di daerah tersebut yang berkunjung adalah yang berpendidikan terakhir SMA. dengan perincian pendidikan terakhir SMA berjumlah 55 orang atau 56,70%, pendidikan terakhir D3 berjumlah 8 orang atau 8,25%, pendidikan terakhir S1 berjumlah 33 orang atau 34,02%, dan pendidikan terakhir S2 berjumlah 1 orang atau 1,03%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jumlah pembelian responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini, yaitu:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

No.	Jumlah Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1 porsi	29	29,90%
2.	2 porsi – 3 porsi	50	51,54%
3.	Lebih dari 3 porsi	18	18,56%
Total		97	100%

Sumber : Hasil olah data, 2022

Pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar jumlah pembeliannya 2 porsi – 3 porsi karena di daerah tersebut yang lebih banyak berkunjung untuk melakukan pembelian Papa Chiken adalah yang berjumlah 2 porsi – 3 porsi. Dengan perincian 1 porsi berjumlah 29 orang atau 29,90%, 2 porsi – 3 porsi berjumlah 50 orang atau 51,54%, dan lebih dari 3 porsi berjumlah 18 orang atau 18,56%.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} yang diketahui adalah 0,3610 diperoleh dengan cara menggunakan *degree of freedom* (df) = jumlah sampel (N) – 2 = 30 - 2 = 28.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Harga (X_1)

No	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Harga yang ditetapkan Papa Chicken dapat dijangkau oleh konsumen.	0,684	0,3610	Valid
2	Papa Chicken menawarkan produk dengan Harga murah.	0,774	0,3610	Valid
3	Papa Chicken memberikan makanan berkualitas sesuai dengan Harga yang ditetapkan.	0,671	0,3610	Valid
4	Kualitas produk Papa Chicken membuat konsumen tertarik.	0,827	0,3610	Valid
5	Harga yang ditetapkan Papa Chicken lebih murah dibandingkan pesaing lainnya.	0,744	0,3610	Valid
6	Harga makanan dari Papa Chicken memiliki potensi untuk bersaing.	0,716	0,3610	Valid
7	Harga dari makanan Papa Chicken membuat konsumen puas.	0,715	0,3610	Valid
8	Makanan yang ditawarkan Papa Chicken memberikan manfaat kepada konsumen.	0,657	0,3610	Valid
9	Konsumen bersedia membeli Papa Chicken dengan Harga yang ditetapkan.	0,582	0,3610	Valid
10	Papa Chicken menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.	0,603	0,3610	Valid

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel Harga adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai positif. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling besar berada pada nomor empat yaitu “Papa Chicken

menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen” dengan nilai sebesar 0,827. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling kecil berada pada nomor sembilan yaitu “Harga makanan dari Papa Chicken memiliki potensi untuk bersaing” dengan nilai sebesar 0,582.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2)

No	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Akses menuju Lokasi Papa Chicken sangat mudah dijangkau.	0,411	0,3610	Valid
2	Tersedianya angkutan umum menuju ke Lokasi Papa Chicken.	0,592	0,3610	Valid
3	Papa Chicken dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan.	0,698	0,3610	Valid
4	Papa Chicken dapat ditemukan dengan mudah.	0,785	0,3610	Valid
5	Papa Chicken berada di jalan yang memiliki tempat parkir yang luas.	0,670	0,3610	Valid
6	Tempat Parkir pada Papa Chicken sangat aman.	0,805	0,3610	Valid
7	Papa Chicken memiliki lingkungan yang bersih.	0,863	0,3610	Valid
8	Papa Chicken berada di dekat pusat keramaian.	0,713	0,3610	Valid
9	Papa Chicken mempunyai banyak pesaing di sekitarnya.	0,552	0,3610	Valid
10	Papa Chicken dapat bertahan menghadapi persaingan yang ada.	0,477	0,3610	Valid

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel Lokasi adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai positif. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling besar berada pada nomor tujuh yaitu “Papa Chicken mempunyai banyak pesaing disekitarnya” dengan nilai sebesar 0,863. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling kecil berada pada nomor satu yaitu “Papa Chicken mempunyai tempat yang strategis” dengan nilai sebesar 0,411.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Konsumen mengenal dengan baik produk yang dijual Papa Chicken.	0,441	0,3610	Valid
2	Konsumen mengetahui tempat penjualan Papa Chicken.	0,609	0,3610	Valid
3	Konsumen mencari informasi tentang lokasi dari Papa Chicken.	0,452	0,3610	Valid
4	Konsumen mencari informasi mengenai produk Papa Chicken.	0,645	0,3610	Valid
5	Konsumen menjadikan Papa Chicken sebagai pilihan alternatif.	0,411	0,3610	Valid
6	Konsumen melakukan evaluasi sebelum memutuskan untuk membeli produk Papa Chicken.	0,537	0,3610	Valid
7	Konsumen tertarik untuk melakukan pembelian Papa Chicken secara berkelanjutan.	0,476	0,3610	Valid
8	Produk Papa Chicken yang unik membuat konsumen ingin melakukan pembelian.	0,531	0,3610	Valid
9	Konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan.	0,707	0,3610	Valid
10	Konsumen ingin merekomendasikan Papa Chicken ke banyak orang.	0,440	0,3610	Valid

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel Keputusan Pembelian adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan seluruh butir pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai positif. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling besar berada pada nomor sembilan yaitu “Konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan” dengan nilai sebesar 0,707. Pernyataan dengan nilai r_{hitung} paling kecil berada pada nomor lima yaitu “Konsumen menjadikan Papa Chicken sebagai pilihan alternatif” dengan nilai sebesar 0,411.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsisten, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Items</i>	Keterangan
Harga	0,881	10	Reliabel
Lokasi	0,852	10	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,705	10	Reliabel

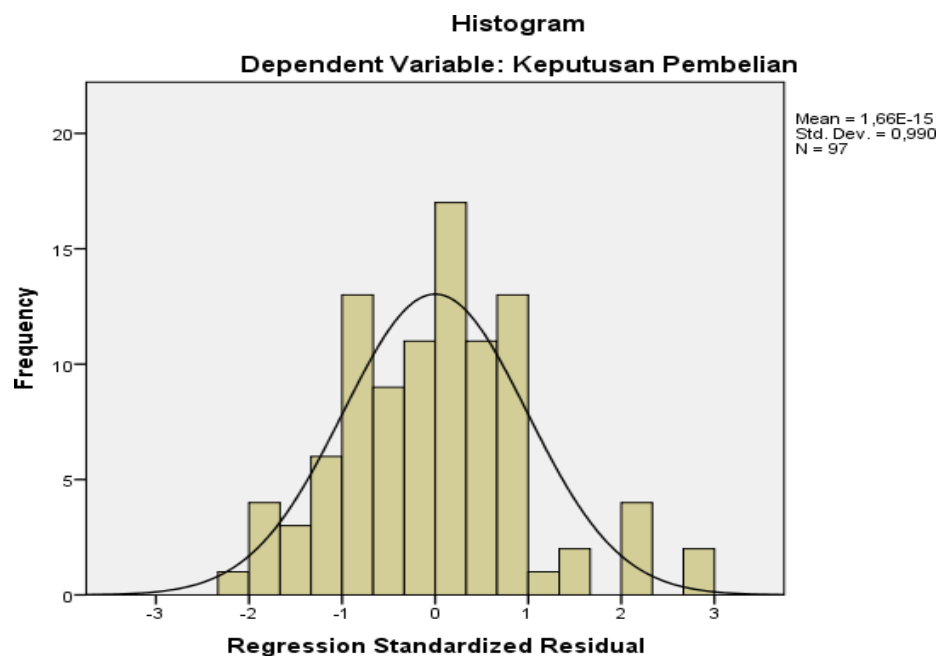
Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel X_1 diperoleh sebesar 0,881 atau berada lebih besar dari pada 0,70 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan reliabel. Hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel X_2 diperoleh sebesar 0,852 atau berada lebih besar dari pada 0,70 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan reliabel. Hasil uji reliabilitas yang dilihat pada *Cronbach's Alpha* untuk variabel Y diperoleh sebesar 0,705 atau berada lebih besar dari pada 0,70 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

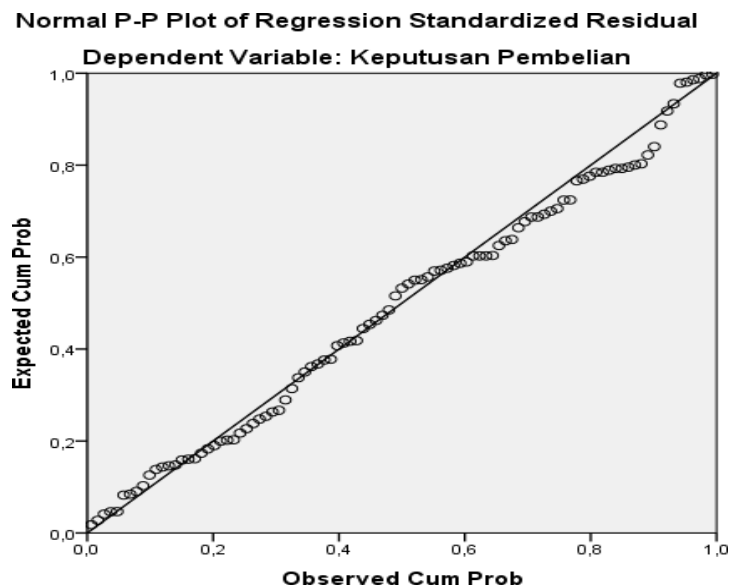
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *histogram*, grafik normal *probability plot*, dan uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. berikut adalah hasil pengujian normalitas



Sumber : Hasil olah data, 2022

Gambar 4.1
Uji Normalitas (*Histogram*)

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa data membentuk garis kurva cenderung simetris terhadap *mean* (U). hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.



Sumber : Hasil olah data, 2022

Gambar 4.2

Uji Normalitas (*Normalitas Probability Plot*)

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.9

Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		97
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	4,09503879
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,081
	<i>Positive</i>	,081
	<i>Negative</i>	-,041
<i>Test Statistic</i>		,081
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,121 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil olah data, 2022

Uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah :

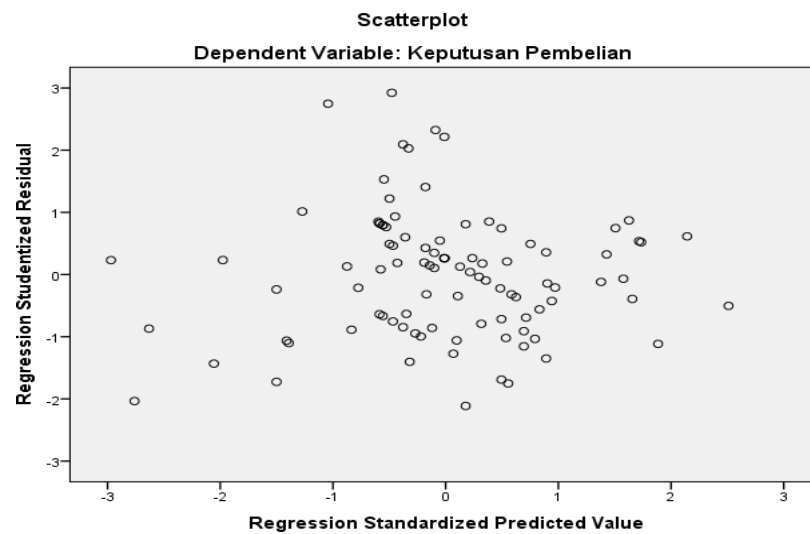
- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, maka dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,121. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan melihat grafik *scatterplot*. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas :



Sumber : hasil olah data, 2022

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Berdasarkan Gambar 4.3. di atas, maka dapat dijelaskan bahwa titik-titik hasil pengolahan data menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang jelas. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homokedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation factor (VIF)*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai $VIF < 10$, dan $tolerance > 0,1$. Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas :

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>		
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 (Constant)		
Harga	1,000	1,000
Lokasi	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, maka dapat diketahui bahwa :

1. Nilai *tolerance* (a) untuk variabel Harga dan Lokasi memiliki nilai lebih besar dari 0,10 yaitu sebesar 1,000.
2. Nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk variabel Harga dan Lokasi memiliki nilai lebih kecil dari 10 yaitu sebesar 1,000.

Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa variabel independen (Keputusan Pembelian) tidak mengalami multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan memiliki 1 variabel dependen dan lebih dari 1 variabel independen maka perlu diuji keindependenan hasil uji regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan : Y = Keputusan Pembelian
 α = Konstanta
 β_1 - β_2 = Koefisien regresi
 X_1 = Harga
 X_2 = Lokasi
 e = Error term

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	4,425	4,952	
Harga	,794	,085	,692
Lokasi	,119	,097	,091

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, maka dapat diketahui persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian adalah :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 4,425 + 0,794 \text{ Harga} + 0,119 \text{ Lokasi} + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 4,425 menunjukkan bahwa jika nilai variabel Harga dan Lokasi bernilai 0 (nol) atau tidak ada, maka nilai Keputusan Pembelian mengalami peningkatan sebesar 4,425 satuan.
2. Koefisien regresi (β_1) variabel Harga sebesar 0,794 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lainnya bernilai 0 (nol) atau tetap dan Harga mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai Keputusan Pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,794 satuan.

3. Koefisien regresi (β_2) variabel Lokasi sebesar 0,119 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen lainnya bernilai 0 (nol) atau tetap dan Lokasi mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai Keputusan Pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,119 satuan.

Uji Hipotesis

Uji Signifikan parsial (Uji t)

Uji t dua sampel independen pada prinsipnya akan membandingkan rata-rata dari dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain, dengan tujuan apakah kedua grup tersebut mempunyai rata-rata yang sama.

Nilai t_{tabel} sebesar 1,98552 yang diperoleh dengan cara *degree of freedom* (df) = jumlah sampel (N) – jumlah variabel bebas (k) = $97 - 2 - 1 = 94$. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Tabel 4.12
Uji Signifikan Parsial (Uji t)

<i>Coefficients^a</i>		
<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	,894	,374
Harga	9,382	,000
Lokasi	1,232	,221

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12. di atas, maka dapat diketahui bahwa :

1. Variabel Harga memiliki nilai t_{hitung} adalah sebesar 9,382 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai tabel

distribusi t yang memiliki signifikansi 0,05 (Tabel t dapat dilihat pada lampiran 6). Dari tabel distribusi t tersebut diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98552. Oleh karena itu, nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu dengan nilai $9,382 > 1,98552$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

2. Variabel Lokasi memiliki nilai t_{hitung} adalah sebesar 1,232 dengan nilai signifikan sebesar 0,221. Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t yang memiliki signifikansi 0,05 (Tabel t dapat dilihat pada lampiran 6). Dari tabel distribusi t tersebut diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98552. Oleh karena itu, nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu dengan nilai $1,232 < 1,98552$ dan nilai signifikan $> 0,05$ yaitu dengan nilai $0,221 > 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_2 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken Di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Harga dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan Nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus sebagai berikut ini :

Rumus : $df \text{ (Pembilang)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$

$df \text{ (Penyebut)} = n - k - 1 = 97 - 3 - 1 = 93$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahui nya $df \text{ (Pembilang)}$ adalah 2 dan $df \text{ (Penyebut)}$ adalah 94, maka dapat di peroleh nilai F_{tabel} adalah 3,09 (Tabel F dapat dilihat pada lampiran 7). Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	1535,050	2	767,525	44,816	,000 ^b
<i>Residual</i>	1609,857	94	17,126		
<i>Total</i>	3144,907	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber : Hasil olah data, 2022

Dari Tabel 4.13 di atas, maka dapat diketahui nilai $F_{hitung} (44,816) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Harga dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan. dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H_3) didukung.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *R Square*. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi :

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,699 ^a	,488	,477	4,138

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, dapat diketahui nilai *R square* (R^2) adalah sebesar 0,488 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Lokasi sebesar 48,8%. Sedangkan sisanya sebesar 51,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan karena nilai t_{hitung} (9,382) lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (1,98552). Hal ini dinilai karena konsumen merasa Harga yang ditetapkan untuk setiap makanan kurang terjangkau oleh daya beli konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Pasaribu, dkk (2019) dengan Judul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan” yang membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan

karena nilai t_{hitung} (1,232) lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} (1,98552). Hal ini dinilai karena konsumen merasa Lokasi dari Papa Chicken berada di tempat yang strategis yaitu di Komplek Cemara Asri yang menjadi objek wisata keluarga maupun anak muda.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Sari dan Hidayat (2020) dengan judul Penelitian “Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Bang Faizs” yang membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan karena nilai F_{hitung} (44,816) lebih besar dari pada nilai F_{tabel} (3,09).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Permana dan Adji (2019) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Khanza Barokah Minimarket” yang membuktikan bahwa Lokasi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN AKADEMIS

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda yaitu jika nilai Harga dan Lokasi tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Harga sebesar 1 satuan, Keputusan Pembelian akan menurun sebesar b_1 . Setiap peningkatan Lokasi sebesar 1 satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar b_2 .
2. Secara parsial (Uji-t), menunjukkan bahwa variabel Harga secara parsial memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.
3. Secara parsial (Uji-t), menunjukkan bahwa variabel Lokasi secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.
4. Secara simultan (Uji-F) menunjukkan bahwa variabel Harga dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.
5. Berdasarkan koefisien determinasi, diketahui bahwa Harga dan Lokasi dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keputusan Pembelian pada Papa Chicken di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada pemilik usaha sebagai berikut :

1. Hasil penelitian pada variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian maka Papa Chicken perlu memperhatikan, seperti :
 - a. Memperhatikan Harga yang ditetapkan untuk setiap makanannya harus sesuai dengan porsi makanan yang disajikan kepada konsumen agar konsumen tidak berpikir ulang untuk melakukan pembelian.
 - b. Memperhatikan ketersediaan konsumen untuk selalu membeli makanan dari Papa Chicken Karena Harga yang ditetapkan untuk setiap makanannya dinilai cukup mahal oleh konsumen dan pentingnya memperhatikan kemampuan daya beli konsumen sehingga konsumen tidak akan berpikir panjang ketika ingin makan Papa Chicken.
2. Hasil penelitian pada variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian maka Papa Chicken perlu mempertahankan, seperti :
 - a. Mempertahankan Lokasi dari Papa Chicken dinilai strategis oleh konsumen karena dihadapkan dengan pemandangan yang bagus. Papa Chicken dapat memberikan lebih banyak tempat untuk konsumen duduk menikmati makanannya dan melihat pemandangan.
 - b. Mempertahankan Lokasi dari Papa Chicken karena dinilai mudah ditemukan oleh konsumen ketika saat sedang libur bersama keluarga atau teman. Lokasi yang ditetapkan juga sering kedatangan banyak

pengunjung karena dekat dengan pemandangan sehingga Papa Chicken sering terlihat oleh konsumen dan melakukan pembelian.

Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, didasarkan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Papa Chicken selain variabel Harga dan Lokasi misalnya Promosi, Pelayanan, dan Inovasi.

2. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 97 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.

3. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena karena pembagian angket hanya diambil di satu tempat saja yaitu Cemara Asri. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh Kecamatan Percut Sei Tuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri. (2019). *Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Dayu, W. & Qadriah, F. (2018). *Wirausaha : Teori Dan Kreatifitas*. Medan: Dinas Perpustakaan dan Arsip.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublis Publisher.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program*. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husen, Sumowo, dan Rozi. (2018). “Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember’.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol.4 No.2.
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing, Segala Hal Tentang Marketing & Sales*. Yogyakarta: Quadrant.
- Morissan. (2015). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Permana, J. dan Adji, W. H. (2019). “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Khanza Barokah Minimarket’.” *Jurnal Ilmiah* Vol. 5 No.
- Pasaribu, Sianipar, Siagian, dan Sartika. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan.” *Jurnal Manajemen* vol.5.
- Purboyo. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rachmawati, R. (2020). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Sari, Indah, and Rahmat Hidayat. (2020). “Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Bang Faizs.” 1(2): 74–81.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

———. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran Dan Strategi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

———. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, Komarudin, dan Sulistiani. (2020). “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartement Bailey's City Di Ciputat’.” *Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan & Sumber daya Manusia*. Vol.1 No.2.

Wijayanti, T. (2020). *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

LAMPIRAN 1
KUESIONER

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Manajemen di STIE Eka Prasetya Medan, saya memerlukan informasi sebagai bahan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI KECAMATAN PERCUT SEI TUAN”**

Sehubungan dengan itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, lokasi dan keputusan pembelian ditempat Bapak/Ibu/Saudara membeli.

Seluruh informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saja dan saya akan bertanggung jawab untuk menjaga kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 7 Juni 2022

Muhammad Ricky Rinaldi

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI KECAMATAN
PERCUT SEI TUAN**

Identitas Responden

1. Nama Bapak/Ibu :
2. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
3. Usia : ☐ 18 – 25 tahun ☐ 26 – 35 tahun
☐ > 35 tahun
4. Pendidikan terakhir : ☐ SMA ☐ D3
☐ S1 ☐ S2
5. Jumlah Pembelian : ☐ 1 Porsi ☐ 2 Porsi – 3 Porsi
☐ Lebih dari 3 Porsi

Silahkan jawab pertanyaan berikut ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi saudara. Saudara harus menandai jawaban yang saudara pilih dengan tanda (✓) pada kolom yang disediakan.

Berikut petunjuknya :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
HARGA (X ₁)						
Indikator : Keterjangkauan Harga						
1.	Harga yang ditetapkan Papa Chicken dapat dijangkau oleh konsumen.					
2.	Papa Chicken menawarkan produk dengan Harga murah.					
Indikator : Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
3.	Papa Chicken memberikan makanan berkualitas sesuai dengan Harga yang ditetapkan.					
4.	Kualitas produk Papa Chicken membuat konsumen tertarik.					
Indikator :Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
5.	Harga dari makanan Papa Chicken membuat konsumen puas.					
6.	Makanan yang ditawarkan Papa Chicken memberikan manfaat kepada konsumen.					
Indikator : Harga Sesuai Kemampuan						
7.	Konsumen bersedia membeli Papa Chicken dengan Harga yang ditetapkan.					
8.	Papa Chicken menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.					
Indikator : Daya Saing Harga						
9.	Harga yang ditetapkan Papa Chicken lebih murah dibandingkan pesaing lainnya.					
10.	Harga makanan dari Papa Chicken memiliki potensi untuk bersaing.					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
LOKASI (X ₂)						
Indikator : Akses						
1.	Akses menuju Lokasi Papa Chicken sangat mudah dijangkau.					
2.	Tersedianya angkutan umum menuju ke Lokasi Papa Chicken.					
Indikator : Visibilitas						
3.	Papa Chicken dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan.					
4.	Papa Chicken dapat ditemukan dengan mudah					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator : Lalu Lintas di Sekitar Lokasi						
5.	Papa Chicken berada pada lalu lintas tang ramai dilalui oleh banyak orang.					
6.	Papa Chicken berada di daerah yang memiliki lalu lintas lancar atau tidak macet.					
Indikator : Fasilitas Parkir						
7.	Papa Chicken berada dijalan yang memiliki tempat parkir yang luas.					
8.	Tempat Parkir pada Papa Chicken sangat aman.					
Indikator : Lingkungan						
9.	Papa Chicken memiliki lingkungan yang bersih.					
10.	Papa Chicken berada di dekat pusat keramaian.					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
Indikator : Pengenalan Masalah						
1.	Konsumen mengenal dengan baik produk yang dijual Papa Chicken.					
2.	Konsumen mengetahui tempat penjualan Papa Chicken.					
Indikator : Pencarian Informasi						
3.	Konsumen mencari informasi tentang lokasi dari Papa Chicken.					
4.	Konsumen mencari informasi mengenai produk Papa Chicken.					
Indikator : Evaluasi Alternatif						
5.	Konsumen menjadikan Papa Chicken sebagai pilihan alternatif.					
6.	Konsumen melakukan evaluasi sebelum memutuskan untuk membeli produk Papa Chicken.					
Indikator : Keputusan Pembelian						
7.	Konsumen tertarik untuk melakukan pembelian Papa Chicken secara berkelanjutan.					
8.	Produk Papa Chicken yang unik membuat konsumen ingin melakukan pembelian.					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator : Perilaku Pasca Pembelian						
9.	Konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan.					
10.	Konsumen ingin merekomendasikan Papa Chicken ke banyak orang.					

“TERIMA KASIH”

LAMPIRAN 2
HASIL KUESIONER VARIABEL HARGA (X₁)

No	Harga										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	23
2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	5	35
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
6	2	3	4	4	3	3	4	4	3	5	35
7	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
8	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	36
9	4	3	3	4	4	4	4	2	5	3	36
10	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	35
11	2	3	3	3	4	2	4	4	4	5	34
12	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	42
13	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	45
14	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36
15	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	38
16	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	33
17	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
18	2	3	4	4	4	5	4	4	3	3	36
19	3	3	3	2	4	2	3	3	4	4	31
20	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	40
21	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	38
22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	5	31
23	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	27
24	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	39
25	2	2	2	3	4	2	4	4	5	4	32
26	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	23
27	4	2	2	4	2	4	3	4	4	5	34
28	3	2	2	4	3	3	2	2	3	4	28
29	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	35
30	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	35
31	2	4	4	4	5	3	3	4	4	5	38
32	5	5	4	5	4	2	4	3	4	5	41
33	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	41
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
36	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	37
37	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	47
38	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	41
39	2	2	3	4	4	5	3	3	5	4	35

No	Harga										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
40	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	39
41	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	35
42	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	39
43	3	4	4	3	4	2	4	4	5	5	38
44	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	37
45	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	37
46	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35
47	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
48	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
49	5	3	4	4	3	3	4	4	3	5	38
50	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	39
51	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	46
52	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	35
53	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	39
54	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
56	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	35
57	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	39
58	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
59	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
60	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	35
61	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	42
62	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	41
63	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	33
64	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	39
65	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
66	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	40
67	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	40
68	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	41
69	3	2	2	4	4	5	4	4	4	5	37
70	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	42
71	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
72	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	36
73	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
74	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4	37
75	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4	40
76	4	3	4	4	4	3	5	4	3	5	39
77	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	35
78	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
79	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	34
80	3	3	2	4	4	4	4	4	4	5	37
81	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
82	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46

No	Harga										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
83	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
84	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	37
85	4	3	3	3	5	5	3	3	4	5	38
86	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
87	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	42
88	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
89	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	33
90	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
91	2	2	2	2	2	3	3	2	2	5	25
92	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
93	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	36
94	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	40
95	2	3	3	3	3	3	3	4	3	5	32
96	2	2	3	3	3	3	4	3	3	5	31
97	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36

LAMPIRAN 3
HASIL KUESIONER VARIABEL LOKASI (X₂)

No	Lokasi										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	44
2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	43
3	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	39
4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	46
5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	38
6	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
7	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	43
8	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	41
9	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	39
10	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	44
11	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	45
12	3	4	3	5	3	3	5	4	5	5	40
13	4	3	4	5	3	5	4	3	3	4	38
14	3	4	3	5	3	3	4	3	4	3	35
15	3	4	5	4	3	4	4	2	3	3	35
16	4	3	4	5	3	4	4	5	5	5	42
17	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	40
18	4	4	5	4	3	4	3	2	3	2	34
19	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	36
20	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40
21	4	4	3	4	4	3	2	2	2	4	32
22	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	33
23	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	41
24	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
25	3	4	4	4	5	4	3	3	2	2	34
26	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	37
27	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	34
28	3	4	5	4	3	4	4	2	4	4	37
29	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	39
30	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	37
31	3	4	5	4	5	4	4	4	2	4	39

No	Lokasi										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
32	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	33
33	3	4	5	4	3	4	4	3	5	5	40
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
35	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
36	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	40
37	4	4	4	4	5	4	2	2	3	3	35
38	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
39	4	5	3	4	5	3	3	4	3	4	38
40	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	36
41	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	41
42	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	43
43	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	41
44	4	5	4	5	5	3	4	4	4	2	40
45	4	5	4	3	5	4	3	3	3	2	36
46	3	4	3	5	5	4	4	3	3	4	38
47	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	42
48	5	4	3	4	4	3	4	2	3	3	35
49	4	5	4	5	4	5	3	5	3	2	40
50	4	5	4	5	4	5	4	4	4	2	41
51	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	41
52	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	41
53	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	40
54	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	43
55	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
56	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
57	4	4	5	5	4	3	3	3	3	2	36
58	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
59	2	4	4	4	4	5	3	5	4	5	40
60	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	40
61	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	38
62	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	42
63	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	44
64	5	4	4	5	4	4	2	5	4	5	42

No	Lokasi										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
65	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	43
66	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	42
67	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	40
68	4	5	5	5	3	4	2	3	2	2	35
69	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
70	4	5	4	4	5	4	2	2	2	2	34
71	5	4	5	5	3	5	4	3	5	5	44
72	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
73	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
74	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
75	5	5	5	5	5	5	2	2	3	3	40
76	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
77	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	38
78	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	40
79	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
80	5	4	4	3	5	3	5	5	5	4	43
81	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	36
82	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	34
83	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	30
84	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	37
85	3	2	2	2	2	4	4	4	3	5	31
86	2	3	2	4	4	2	4	2	3	3	29
87	2	3	2	3	4	4	3	5	3	2	31
88	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	30
89	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	35
90	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	37
91	3	2	2	5	4	4	4	4	4	3	35
92	3	3	4	3	4	4	5	3	5	4	38
93	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	44
94	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	34
95	3	2	2	4	4	4	3	3	3	2	30
96	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	33
97	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	46

LAMPIRAN 4
HASIL KUESIONER VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Keputusan Pembelian										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
6	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
7	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
8	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
9	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
10	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
11	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
12	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
13	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	46
14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
16	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
17	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	42
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
19	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	29
20	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
22	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	32
23	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	25
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
25	2	5	4	4	4	3	4	3	4	5	38
26	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	28
27	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
28	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	3	3	3	4	4	4	5	2	3	3	34

No	Keputusan Pembelian										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	3	4	4	4	5	2	3	4	4	37
34	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
35	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
37	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
39	4	5	3	4	3	5	3	4	4	5	40
40	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	31
41	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
42	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
43	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	3	3	3	4	4	4	5	2	3	3	34
46	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	34
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
49	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	35
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
51	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
52	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	40
55	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
56	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	40
57	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
58	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
59	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
60	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
63	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	35
64	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	40

No	Keputusan Pembelian										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	3	3	3	4	4	4	5	2	3	3	34
67	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	34
68	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
69	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40
75	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44
76	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
77	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	40
78	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
79	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
80	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
81	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	42
82	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
83	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	40
84	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	39
85	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
86	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
87	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	40
88	2	5	4	4	4	3	4	3	4	5	38
89	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
90	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	34
91	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	25
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	44
94	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	37
95	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	29
96	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	26
97	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	35

LAMPIRAN 5

Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

Sumber : www.junaidichaniago.wordpress.com

LAMPIRAN 6

Tabel t

Pr df	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	0,002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967

Sumber : www.junaidichaniago.wordpress.com

LAMPIRAN 7

Tabel F

df untuk penyebut (N1)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91

Sumber : www.junaidichaniago.wordpress.com

LAMPIRAN 8

HASIL OUTPUT SPSS VERSI 23

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Harga (X_1)

[illegible]

P7	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,395* ,031 30	,426* ,019 30	,279 ,135 30	,525** ,003 30	,630** ,000 30	,280 ,134 30	1 ,000 30	,727** ,000 30	,320 ,085 30	,381* ,038 30	,715** ,000 30
P8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,257 ,170 30	,321 ,084 30	,217 ,250 30	,439* ,015 30	,460* ,011 30	,439* ,015 30	,727** ,000 30	1 ,208 30	,236 ,011 30	,460* ,011 30	,657** ,000 30
P9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,194 ,304 30	,419* ,021 30	,216 ,251 30	,352 ,056 30	,310 ,096 30	,367* ,046 30	,320 ,085 30	,236 ,208 30	1 ,000 30	,635** ,000 30	,582** ,001 30
P10	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,282 ,131 30	,324 ,081 30	,122 ,520 30	,328 ,076 30	,291 ,118 30	,355 ,054 30	,381* ,038 30	,460* ,011 30	,635** ,000 30	1 ,000 30	,603** ,000 30
Total	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,684** ,000 30	,774** ,000 30	,671** ,000 30	,827** ,000 30	,744** ,000 30	,716** ,000 30	,715** ,000 30	,657** ,000 30	,582** ,001 30	,603** ,000 30	1 ,000 30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	10

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Lokasi (X₂)

Correlations

[illegible]

P8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,051 ,787 30	,245 ,192 30	,411* ,024 30	,489** ,006 30	,357 ,053 30	,631** ,000 30	,751** ,000 30	1 ,390* 30	,390* ,033 30	,410* ,025 30	,713** ,000 30
P9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,059 ,759 30	,215 ,254 30	,219 ,245 30	,263 ,161 30	,203 ,282 30	,364* ,048 30	,394* ,031 30	,390* ,033 30	1 ,633** 30	,633** ,000 30	,552** ,002 30
P10	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	-,080 ,676 30	-,133 ,483 30	,339 ,067 30	,361* ,050 30	,034 ,859 30	,256 ,172 30	,417* ,022 30	,410* ,025 30	,633** ,000 30	1 ,477** 30	,477** ,008 30
Total	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,411* ,024 30	,592** ,001 30	,698** ,000 30	,785** ,000 30	,670** ,000 30	,805** ,000 30	,863** ,000 30	,713** ,000 30	,552** ,002 30	,477** ,008 30	1 ,000 30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	10

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
P1 Pearson Correlation	1	,156	-,072	,269	,112	,132	,000	,066	,274	,414*	,441*
Sig. (2-tailed)		,411	,705	,150	,556	,488	1,000	,729	,143	,023	,015
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	,156	1	,183	,241	,067	,438*	,340	,210	,531**	,047	,609**
Sig. (2-tailed)	,411		,333	,199	,725	,016	,066	,264	,003	,806	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	-,072	,183	1	,409*	,248	,304	,133	,040	,101	,037	,452*
Sig. (2-tailed)	,705	,333		,025	,187	,102	,483	,835	,596	,844	,012
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	,269	,241	,409*	1	,555**	,272	,108	,227	,314	,088	,645**
Sig. (2-tailed)	,150	,199	,025		,001	,147	,568	,227	,091	,643	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	,112	,067	,248	,555**	1	,097	,120	,492**	-,157	-,049	,411*
Sig. (2-tailed)	,556	,725	,187	,001		,611	,526	,006	,408	,797	,024
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	,132	,438*	,304	,272	,097	1	-,038	,352	,408*	-,056	,537**
Sig. (2-tailed)	,488	,016	,102	,147	,611		,842	,056	,025	,771	,002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	,000	,340	,133	,108	,120	-,038	1	,281	,490**	,010	,476**
Sig. (2-tailed)	1,000	,066	,483	,568	,526	,842		,133	,006	,960	,008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	,066	,210	,040	,227	,492**	,352	,281	1	,139	,185	,531**
Sig. (2-tailed)	,729	,264	,835	,227	,006	,056	,133		,465	,327	,003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	,274	,531**	,101	,314	-,157	,408*	,490**	,139	1	,369*	,707**

	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,143	,003	,596	,091	,408	,025	,006	,465		,045	,000
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	<i>Pearson Correlation</i>	,414*	,047	,037	,088	-,049	-,056	,010	,185	,369*	1	,440*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,023	,806	,844	,643	,797	,771	,960	,327	,045		,015
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	<i>Pearson Correlation</i>	,441*	,609**	,452*	,645**	,411*	,537**	,476**	,531**	,707**	,440*	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,015	,000	,012	,000	,024	,002	,008	,003	,000	,015	
	<i>N</i>	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

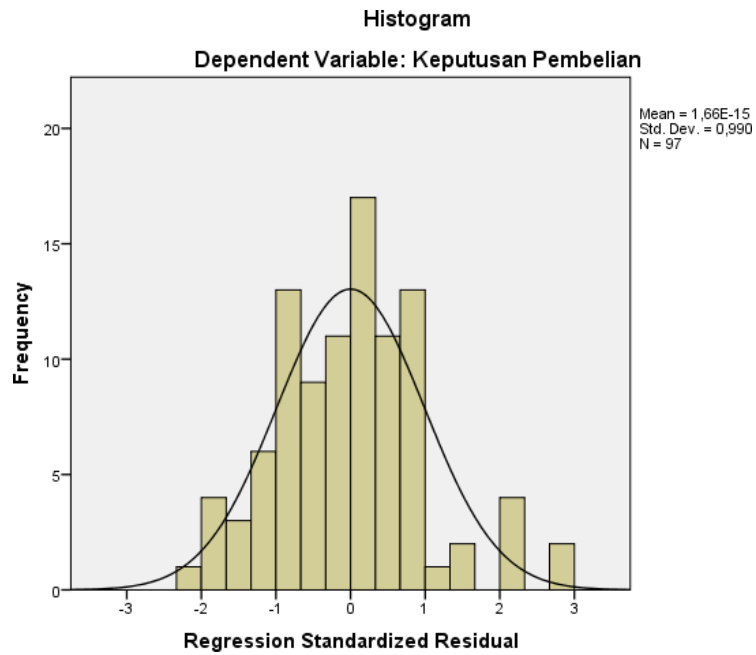
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

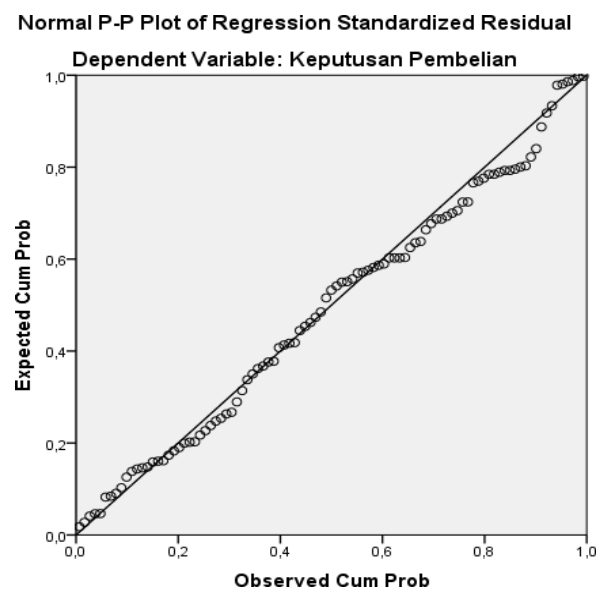
Cronbach's Alpha	N of Items
,705	10

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas (*Histogram*)



Uji Normalitas (*P-Plot*)



Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

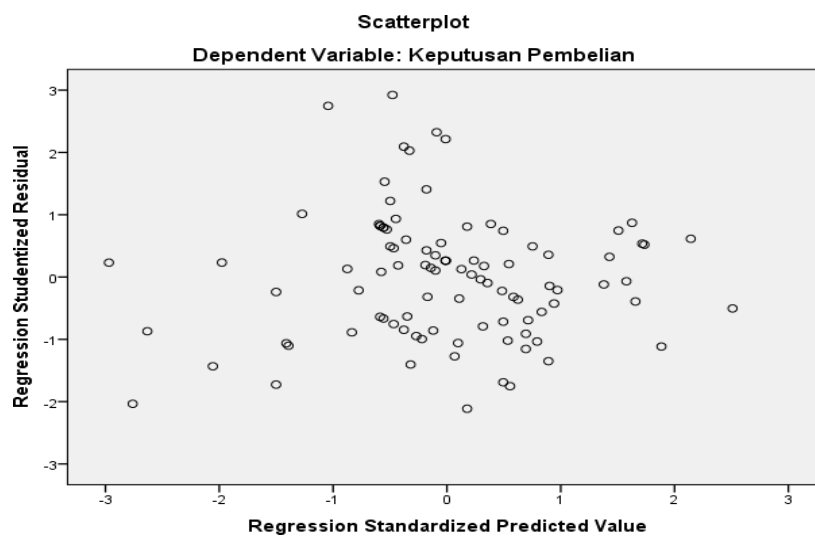
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,09503879
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,041
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,121 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Heteroskedastisitas



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	1,000	1,000
Lokasi	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	4,425	4,952	
Harga	,794	,085	,692
Lokasi	,119	,097	,091

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Hipotesis

Uji Parsil (Uji-t)

Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	,894	,374
Harga	9,382	,000
Lokasi	1,232	,221

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1535,050	2	767,525	44,816	,000 ^b
	<i>Residual</i>	1609,857	94	17,126		
	<i>Total</i>	3144,907	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,699 ^a	,488	,477	4,138

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

PAPA CHICKEN

SURAT BALASAN

Hal : Pemberian Izin Observasi

Kepada Yth :

Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Ketua STIE Eka Prasetya

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akiong

AlamatUsaha : Jl. Cemara Boulevard C5 No. 52, Medan

Nama Usaha : Papa Chicken

No. Hp : 0895323375226

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Ricky Rinaldi

Nim : 181010075

Program Studi : Manajemen Kewirausahaan

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada usaha kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAPA CHICKEN DI KOMPLEK CEMARA ASRI”**

Demikianlah surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Medan, 12 Oktober 2021

Hormat Saya,



Akiong

Pemilik Usaha



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 13 Oktober 2021

Nomor : 1817/R/STIE-EP/X/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Papa Chicken
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

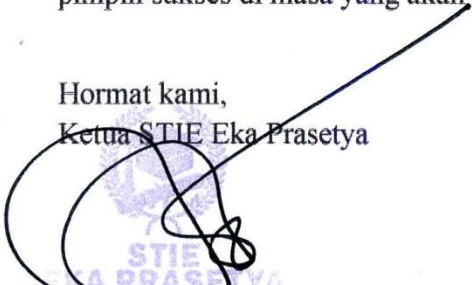
Nama	: Muhammad Ricky Rinaldi
NIM	: 181010075
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Papa Chicken Di Komplek Cemara Asri

Untuk mengadakan peninjauan ke Papa Chicken yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : M. Ricky Rinaldi
NIM : 161010075
PROGRAM STUDI : Management

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
	Senin / 16 Maret 2020	Nicholas JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Persepsi kualitas dan Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada Borobudur meubel art dan Furniture Medan	161010154	M. i.
	Senin / 16 Maret 2020	Willy MARZUKI JUDUL PROPOSAL : Pengaruh experiential marketing dan Saluran Distribusi terhadap keputusan Pembelian ban Swallow Pada PT. SINAR ABADI MOTORINDO	161010057	
	Senin / 16 Maret 2020	Stevani JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Bauran Promosi dan Atribut Produk terhadap keputusan Pembelian mobil Honda Di PT. Istana Deli Kojayaan	161010063	
	Selasa / 17 Maret 2020	Monica JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Persediaan dan kualitas produk terhadap Volume Penjualan Pada PT. Bilaka Baja makmur abadi	161010040	M. i.
	Selasa / 17 Maret 2020	Liza Agustine JUDUL PROPOSAL : Pengaruh motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha bisnis Farmasi di kecamatan medan Perisah	161010004	
	Selasa / 17 Maret 2020	SHERINE JUDUL PROPOSAL : Pengaruh komunikasi pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Konsumen Pada online shop	161010129	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 24/5/2021
Ketua STIE Eka Prasetya



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : M. Ricky Rinaldi
NIM : 181010075
Konsentrasi : Manajemen Kewirausahaan Kelas : Kewirausahaan
Nomor HP, No. WA : 0822 8889 9478 Email : aldi941@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. Sei Kera No. 301
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

Kaprodi		Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa	
Indira Budiana, S.E., M.M., IRVAN Rolyesh Sidumatang, S.E., M.Si.		Dr. Hengky Khasbi, BA		M. Ricky Rinaldi, MBA	
No		Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing	
				I	II
1	23/9-2021	ACC Judul Skripsi			
2	23/9-2021	ACC Judul Skripsi			
3	23/11-2021	BAB I : Huruf Variabel diperbesar			
4	02/12-2021	BAB II : Revisi Indikator dan Penelitian Terdahulu			
5	9/12-2021	BAB III : Tambah Pengertian Sampel & Multikolinearitas			
6	13/12-2021	Daftar Pustaka : Harus Sesuai Abjad			
7	16/12-2021	- Perbaiki data X1 - Perbaiki data X2			
8		- Perbaiki data Y - Perbaiki Populasi dan Sampel			
9	17/12-2021	- Perbaiki kembali data menggunakan SPSS. Perbaiki dalam data Pendapatan			
10		- Perbaiki kembali fenomena H1 dan H2			
11	20/12-2021	Perbaiki teknik Pengumpulan data			
12	10/1-2022	Buat daftar ul, tabel, Gambar, Pustaka			
13	13/1-2022	Perbaiki daftar pustaka			
14	4/2-2022	ACC Lembar Proposal			
15	18/05-2022	- Perbaiki di hipotesis t - Perbaiki F Square yang dipakai adjusted r Square			
16	20/05-2022	- Perbaiki BAB 4 hipotesis t			
17	23/05-2022	- Perbaiki Rumus uji t dua arah dan Reliabilitas			
18		- Perbaiki rumus H0 dan H1			
19	25/5-2022	- Rincikan kembali pembahasan			
20	26/5-2022	- Rincikan Abstrak, Daftar ul, tabel, Gambar			
21	26/5-2022	ACC lanjut ke bab 1			
22	30/5-2022	ACC Sidang Muga Muga			
23					
24					
25					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: M. Ricky Rinaldi
Tempat/ Tanggal Lahir	: Medan/ 18 Juli 2000
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Jalan Sei Kera No. 301 Medan
Alamat Email	: aldi9141@gmail.com
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	: 082288699478

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012	: SD Negeri 064017 Medan
2. Tahun 2012 s/d Tahun 2015	: SMP Negeri 13 Sampali Medan
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018	: SMA Negeri 8 Medan
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2022	: STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

Desember 2019 s/d Desember 2020	: Operator Mesin di Percetakan Grand Grafika
---------------------------------	--

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Muhammad Zainul Arifin
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (Hp)	: 0819891744
Alamat	: Jalan Sei Kera No. 301 Medan
Nama Ibu	: Syahfitriani Nasution
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone (Hp)	: 081397796938
Alamat	: Jalan Sei Kera No. 301 Medan

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 7 Juni 2022
Penulis,

Muhammad Ricky Rinaldi