

ANALISIS FAKTOR LOKASI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PEMBELIAN PADA MINI MARKET ALKATRI BANJARBARU

Iqbal Rifani¹,Lamsah²,Syahrani³

Manajemen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1831.1012

Manajemen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125097401

E-mail: iqbalrifani@gmail.com

ABSTRAK

Iqbal Rifani, 2022, Analisis Faktor Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Tingkat Pembelian Pada Mini Market Alkatrri Banjarbaru, Pembibing I : Hj. Lamsah, Pembimbing II : Syahrani

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Apakah Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga berperan penting dalam peningkatan jumlah konsumen dan penjualan pada Mini Market Alkatrri Banjarbaru dan (2) memberikan masukan dan dorongan dalam langkah meningkatkan minat beli masyarakat pada Mini Market Alkatrri Banjarbaru. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian, yaitu konsumen yang berkunjung ke Mini Market Alkatrri Banjarbaru selama penelitian 10 hari dengan 60 responden. Data di kumpulkan dengan menggunakan kuisioner.

Hasil penelitian menunjukan (1) Faktor Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga dapat meningkatkan minat beli pelanggan pada Mini Market Alkatrri Banjarbaru (2) Dari semua indikator yang digunakan pada Mini Market Alkatrri Banjarbaru harus di pertahankan dari segi Lokasi, Kualitas Produk, Dan Harga agar Mini Market Alkatrri selalu menjadi pilihan pelanggan dalam memilih tempat berbelanja.

Kata Kunci :Faktor Lokasi, Kualitas, Harga, Keputusan.

ABSTRACT

Iqbal Rifani, 2022, Analysis of Location, Product Quality, and Price Factors on Purchase Levels at the Banjarbaru Alkatrri Mini Market, Supervisor I : Hj. Lamsah, Supervisor II : Syahrani

This study aims to examine: (1) whether location, product quality, and price play an important role in increasing the number of consumers and sales at the Alkatrri Banjarbaru Mini Market and (2) providing input and encouragement in steps to increase people's buying interest in the Banjarbaru Alkatrri Mini Market. The design of this research is qualitative research. The sample in the study, namely consumers who visited the Mini Market Alkatrri Banjarbaru during a 10-day study with 60 respondents. Data was collected using a questionnaire.

The results of the study show (1) Location, Product Quality, and Price factors can increase customer buying interest at the Banjarbaru Alkatrri Mini Market (2) All of the indicators used in

the Banjarbaru Alkatri Mini Market must be maintained in terms of Location, Product Quality, and Price so that Alkatri Mini Market has always been the customer's choice in choosing a place to shop.

Keywords: *Location Factor, Quality, Price, Decision.*

PENDAHULUAN

Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis. Banjarbaru memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, agama, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatannya. Sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung pada faktor kebutuhan. Manusia akan tetap berusaha membeli kebutuhan hidupnya walaupun dengan penurunan daya beli. Suasana pasar mustahil akan di tinggalkan oleh konsumen, karena pasar merupakan tempat untuk melakukan jual beli barang, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan pelengkap lainnya. Dengan adanya pasar, konsumen bisa membeli atau Pembelian sesuai dengan barang -barang yang di butuhkan.

Faktor-Faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing mini market berbeda. Bagi suatu mini market faktor terpenting adalah dekat dengan konsumen. Organisasi lainnya mungkin menemukan bahwa faktor yang paling penting adalah memilih lokasi dimana tersedia tenaga kerja yang memenuhi kebutuhan organisasi, ataupun biaya transportasi yang murah. Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing mini market.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Pada penelitian survei, informasi yang dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner/ wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden (Sugiyono, 2013). Lebih lanjut, Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa penelitian survei dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual tanpa menyelidiki mengapa gejala-gejala tersebut ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran merupakan sesuatu yang sangat entng bagi perusahaan dalam menjalankan roda kegiatan perusahaan. Strategi pemasaran menjabarkan suatu rencana yang dijalankan perusahaan untuk mengetahui dampak dari aktivitas atau program pemasaran guna mengetahui tentang permintaan produk suatu barang atau keadaan pasar.

Berhubungan dengan itu, maka lancarnya kegiatan pemasaran merupakan hal utama yang harus dicapai, karena Mini Market ALKATRI pada intinya ingin mendapatkan laba yang semaksimal mungkin yang merupakan tujuan dari yang ingin dicapai oleh Mini Market Alkatri Banjarbaru.

1. Peran Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mini Market ALKATRI Banjarbaru

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berdampak banyak terhadap minat beli langsung konsumen pada Mini Market ALKATRI Banjarbaru, artinya variabel lokasi tidak terbukti penting dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Hal ini disebabkan karena lalu lintas pada jalan utama Ratu Elok dipadati pengguna jalan pada sore dan malam hari, walaupun peneliti menganggap lokasi Mini Market ALKATRI Banjarbaru mudah dijangkau dengan transportasi umum ataupun pribadi, kenyataannya tidak semua responden yaitu mahasiswa menyetujuinya, karena masih ada yang bilang kejauhan dan alasan lain seperti tidak adanya kendaraan pribadi untuk belanja di Mini Market Alkatri Banjarbaru.

2. Peran Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Mini Market ALKATRI Banjarbaru

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki koneksi yang kuat dengan pengambilan keputusan pembelian, sehingga dengan perusahaan memunculkan kualitas produk yang baik serta terbaharukan maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian terhadap produk tersebut seperti produk kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan pribadi lainnya.

3) Peran Harga terhadap tingkat pembelian di Mini Market ALKATRI Banjarbaru.

Harga merupakan faktor yang menentukan disamping faktor-faktor lain dalam penguasaan pasar untuk mencapai penjualan yang lebih baik sesuai dengan yang direncanakan. Dalam keputusan penetapan harga sedikit banyaknya dipengaruhi oleh pembeli, sebab penawaran suatu barang tertentu dengan tingkat harga tertentu, belum tentu menghasilkan penjualan apabila harga tersebut tidak disetujui pembeli.

Dalam hal menetapkan harga Mini Market Alkatri selalu membandingkan harga yang mereka jual dengan harga pesaing disekitarnya, tapi dengan kelebihan yang tidak dimiliki pesaing disekitarnya yaitu jumlah produk yang jauh lebih lengkap dan berkualitas demikian juga reaksi pembeli terhadap penetapan harga agar berimbang pada tingkat penjualan. Harga yang tepat akan memiliki ikatan yang erat antara pembeli dan produsen, harga produk benar-benar disesuaikan dengan kondisi keuangan konsumen

1. Hasil jawaban Responden Variabel Lokasi

Dalam mendiskripsikan variabel lokasi maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur lokasi, adapun hasil tanggapan responden pada variabel lokasi yang terdiri dari 5 pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.4. Lokasi Mini Market Alkatri Banjarbaru Berada Pada Daerah Yang Mudah
Dijangkau Transportasi

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	9	15.0	15.0	15.0
Setuju	35	58.3	58.3	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 9 responden atau 15% menjawab ragu-ragu, 35 responden atau 58,3% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa lokasi Mini Market Alkatri Banjarbaru berada pada daerah yang mudah dijangkau transportasi. Terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 35 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.5. Lokasi Mini Market Alkatri Banjarbaru Memiliki Lokasi Yang Dapat Dilihat Jelas

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	8	13.3	13.3	13.3
Setuju	40	66.7	66.7	80.0
Sangat Setuju	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satu pun yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 8 responden atau 13.3% menjawab ragu-ragu, 40 responden 66,7% menjawab setuju dan 12 responden atau 20% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa UD.Mega Toys Banjarmasin memiliki lokasi yang dapat dilihat jelas. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 40 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 responden.

Tabel 4.6. Lokasi Mini Market Alkatri Banjarbaru Merupakan Yang Sering Di Lalui Oleh Konsumen

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	16	26.7	26.7	26.7
Setuju	28	46.7	46.7	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0

Total	60	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 16 responden atau 26,7% menjawab ragu-ragu, 28 responden atau 46,7% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa lokasi Mini Market Alkatri Banjarbaru merupakan toko yang sering dilalui oleh konsumen. Terlihat dari jumlah responden dan yang menjawab setuju berjumlah 28 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.7. Mini Market Alkatri Banjarbaru Memiliki Parkiran Yang Luas

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Ragu Ragu	8	13.3	13.3	15.0
Setuju	35	58.3	58.3	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1,7% menjawab tidak setuju, 8 responden atau 13,3% menjawab ragu-ragu, 35 responden atau 58,3% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa Mini Market Alkatri Banjarbaru memiliki parkiran yang luas. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 35 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.8. Mini Market Alkatri Banjarbaru merupakan Toko yang memiliki Ijin Usaha

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	7	11.7	11.7	11.7
Setuju	35	58.3	58.3	70.0
Sangat Setuju	18	30.0	30.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 7 responden atau 11,7% menjawab ragu-ragu, 35 responden atau 58,3% menjawab setuju dan 18 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa Mini Market Alkatri Banjarbaru merupakan toko yang telah memiliki ijin usaha. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 35 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 responden.

2. Hasil Variabel Kualitas Produk

Dalam mendiskripsikan variabel kualitas produk maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indicator yang digunakan

untuk mengukur kualitas produk, adapun hasil tanggapan responden pada variabel kualitas produk yang terdiri dari 3 pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.9. Mini Market Alkatri Banjarbau Menjual Produk Kebutuhan Rumah Tangga Dengan Kualitas Produk Yang Bagus

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	8	13.3	13.3	13.3
Setuju	40	66.7	66.7	80.0
Sangat Setuju	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 8 responden atau 13,3% menjawab ragu-ragu, 40 responden atau 66,7% menjawab setuju dan 12 responden atau 20% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa kualitas produk di Mini Market Alkatri Banjarbaru Memiliki Kualitas Produk yang bagus. Terlihat dari respon yang menjawab setuju berjumlah 40 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 responden.

Tabel 4.10. Mini Market Alkatri Banjarbaru Selalu Memperhatikan Kualitas Produk Sebelum Dijual ke Konsumen

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	8	13.3	13.3	13.3
Setuju	37	61.7	61.7	75.0
Sangat Setuju	15	25.0	25.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 8 responden atau 13,3% menjawab ragu-ragu, 37 responden atau 61,7% menjawab setuju dan 15 responden atau 25% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa Mini Market Alkatri Banjarbaru selalu memperhatikan kualitas produk sebelum di jual ke konsumen. terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 37 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 responden.

Tabel 4.11. Mini Market Alkatri Banjarbaru Merupakan Toko Mainan Anak-anak Dengan Kualitas Produk Yang Bekualitas Dan Terbaru

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	11	18.3	18.3	18.3
Setuju	28	46.7	46.7	64.0
Sangat Setuju	21	35.0	35.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak ada satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 11 responden atau 18,3% menjawab ragu-ragu, 28 responden atau 46,7% menjawab setuju dan 21 responden atau 35% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa Mini MARKET Alkatri Banjarabru merupakan Mini Market dengan kualitas produk yang berkualitas dan terbaru. Terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 28 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 responden.

3. Hasil Jawaban Responden Variabel Harga

Dalam mendeskripsikan variabel harga maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur harga, adapun hasil tanggapan responden pada variabel harga yang terdiri dari 5 pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.12. Konsumen Merasa Terbantu Dengan Harga Yang Ditawarkan Mini Market Alkatri Banjarbaru

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	15	25.0	25.0	25.0
Setuju	28	46.7	46.7	71.7
Sangat setuju	17	28.3	28.3	100.0
total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. 15 responden atau 25% menjawab ragu-ragu, 28 responden atau 46,7% menjawab setuju dan 17 responden atau 28,3% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden merasa terbantu dengan harga yang ditawarkan oleh Mini Market ALKATRI Banjarbaru. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 31 responden dan yang menjawab sangat seruju berjumlah 20 responden.

Tabel 4.13. Harga Yang Ditawarkan Mini Market Alkatri Banjarbaru Sesuai Dengan Harapan Konsumen

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	14	23.3	23.3	23.3
Setuju	25	41.7	41.7	65.0
Sangat Setuju	21	35.0	35.0	100.0

Total	60	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. 14 responden atau 23.3% menjawab ragu-ragu, 25 responden atau 41,7% menjawab setuju dan 21 responden atau 35% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Mini Market ALKATRI Banjarbaru sesuai dengan harapan konsumen. Terlihat dari jumlah responden yang menjawab setuju berjumlah 25 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 responden.

Tabel 4.14. Saya Ingin Membandingkan Harga Terlebih Dahulu Sebelum Berbelanja Di Mini Market Alkatri Banjarbaru

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	13	21.7	21.7	21.7
Setuju	28	46.7	46.7	68.3
Sangat Setuju	19	31.7	31.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 13 responden atau 21,7% menjawab ragu-ragu, 28 responden atau 46,7% menjawab setuju dan 19 responden atau 31,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden ingin membandingkan harga terlebih dahulu sebelum membeli di Mini Market ALKATRI Banjarbaru. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 28 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 responden.

Tabel 4.15. Saya Memilih Mini Market Alkatri Banjarbaru Karena Sesuai Dengan Dana Yang Saya Miliki

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	19	31.7	31.7	31.7
Setuju	25	41.7	41.7	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. 19 responden atau 31,7% , menjawab raguragu, 25 responden atau 41,7% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden memilih Mini Market ALKATRI Banjarbaru karena sesuai dengan dana yang dimiliki. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 25 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.16. Saya Memilih Mini Market Alkatri, Karena Sesuai Dengan Kualitas Dan Harga

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	12	20.0	20.0	20.0
Setuju	30	50.0	50.0	70.0
Sangat Setuju	18	30.0	30.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. 12 responden atau 20% menjawab ragu-ragu, 30 responden atau 50% menjawab setuju dan 18 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden memilih Mini Market Alkatri Banjarbaru. karena sesuai dengan kualitas dan harga. Terlihat dari jumlah responden yang menjawab setuju berjumlah 30 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 responden.

4. Hasil Variabel Keputusan Pembelian

Dalam mendiskripsikan variabel keputusan pembelian maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian, adapun hasil tanggapan responden pada variabel keputusan pembelian yang terdiri dari 5 pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1.17. Mini Market Alkatri Banjarbaru Merupakan Toko Yang Menjual Berbagai Macam Kebutuhan Pokok

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	17	28.3	28.3	28.3
Setuju	25	41.7	41.7	70.0
Sangat Setuju	18	30.0	30.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 17 responden atau 28,3% menjawab raguragu, 25 responden atau 53,3% menjawab setuju dan 17 responden atau 28,3% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa Mini Market Alkatri Banjarbaru merupaka toko yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok rumah tangga. Terlihat dari jumlah responden yang menjawab setuju berjumlah 25 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 responden.

Tabel 4.18. Saya Berbelanja Di Mini Market Alkatri Karena Produknya Yang Berkualitas

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	15	25.0	25.0	25.0

Setuju	29	48.3	48.3	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 15 responden atau 25% menjawab ragu-ragu, 29 responden atau 48,3% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden menggunakan produk pada Mini Market Alkatri Banjarbaru karena produknya yang berkualitas. Terlihat dari jumlah responden yang menjawab setuju berjumlah 29 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.19. Saya Mengetahui Informasi Mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru Dari Teman, Keluarga, Dan Tetangga

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Ragu Ragu	11	18.3	18.3	20.0
Setuju	32	53.3	53.3	73.3
Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1,7% menjawab tidak setuju, 11 responden atau 18,3% menjawab ragu-ragu, 32 responden atau 53,3% menjawab setuju dan 16 responden atau 26,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden mengetahui informasi mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru dari teman, keluarga, dan tetangga. Terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 32 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 responden.

Tabel 4.20. Saya Mengetahui Informasi Mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru Karena Pernah Datang Dan Berbelanja

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	13	21.7	21.7	21.7
Setuju	22	36.7	36.7	58.3
Sangat Setuju	25	41.7	41.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 13 responden atau 21,7% menjawab ragu,22 responden atau 36,7% menjawab setuju dan 25 responden atau 41,7% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden mengetahui informasi mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru karena pernah datang dan berbelanja. Terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 22 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 responden.

Tabel 4.21. Saya Akan Mengatakan Hal Yang Baik Mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru Kepada Orang Lain

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu Ragu	16	26.7	26.7	26.7
Setuju	27	45.0	45.0	71.7
Sangat Setuju	17	28.3	28.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 16 responden atau 26,7% menjawab ragu- 78 ragu, 27 responden atau 45% menjawab setuju dan 17 responden atau 28,3% menjawab sangat setuju. Dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa responden akan mengatakan hal yang baik mengenai Mini Market Alkatri Banjarbaru kepada orang lain. Terlihat dari jumlah respon yang menjawab setuju berjumlah 27 responden dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 17 responden.

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai analisis faktor lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa lokasi berperan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka perlu adanya penentuan lokasi yang lebih baik lagi dengan menganalisa posisi dan memperluas tempat parkir, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman. Hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya lokasi maka akan semakin tinggi keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berperan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk mini market Alkatri Banjarbaru, kualitas produk perlu dipertahankan mengingat kualitas produk berkaitan dengan kepuasan konsumen karena mempertahankan konsumen agar menjadi pelanggan itu sangat sulit, karena sekali dikecewakan akan berdampak pada pandangan orang terhadap suatu perusahaan, dan lebih ditambahkan lagi berbagai variasi produk agar konsumen lebih tertarik dan tidak bosan dengan produk yang ada dipasaran.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga berperan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk harga yang sudah ditetapkan dengan membandingkan harga dari para pesaing yang lebih mahal karena memperhitungkan harga pokok agar lebih dipertimbangkan lagi karena harga memiliki ikatan yang erat antara konsumen dan produsen.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa beta.
- Arief Adi Satria. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2 (1), 45-53, 2017
- Suwarman, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suwarman, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sarini Kodu . *Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza* (Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi 1 (3), 2017.
- Daryanto, “*Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*” , PT.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung, 2011.
- Swastha, Basu. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kasmir, 2013. *Manajemen Pemasaran Modern : BPFC-YKPN*. Yogyakarta.
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Sumaatmadja, Nursid. 2011. *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*. Bandung: Alumni.
- Haming, Murdifin dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2015. *Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thomson, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*” , Jurnal Manajemen, Medan, 2012.