

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI CAFE MILTIE GARDEN 2
BANJARMASIN (STUDI KASUS MAHASISWA UNISKA MAB
BANJARMASIN)**

Maulidah Ulfah¹, Muthia Harnida², Noor laily Maulida³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

Email : maulidaulfah033@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk oleh konsumen di kafe Miltie Garden 2, (2) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Miltie Garden 2, (3) Untuk menganalisis pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Miltie Garden 2. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UNISKA MAB Banjarmasin yang telah berkunjung. . Teknik Pemilihan sampel menggunakan metode sampel acak (*random sampling*) dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang . Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian di kafe Miltie Garden 2 Banjarmasin, dibuktikan nilai t hitung sebesar 3.249; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Keputusan Pembelian; Harga; Promosi; Tempat

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Subagyo yang dikutip dalam Syamsul Bahry dan Fakhry Zamzam (2015:3). Metode Penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk mendapatkan kembali pemecaan terhadap segala permasalahan yang diajukan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan tipe asosiatif. Menurut Rusiadi, et al (2016:12), penelitian asosiatif/kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk

mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian kuantitatif yang digunakan penulis bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian produk di kafe Miltie Garden 2.

Menurut Sugiyono (2017:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2017:85) Sampling saturasi adalah teknik deterministic diambil bila semua anggota populasi telah dijadikan sampel. Itu sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Atau Penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain untuk sampel jenuh adalah sensus yang mengambil semua anggota populasi sampel diambil. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel jenuh berjumlah 30 orang. Pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan metode sampel acak (*random sampling*). Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan adalah Data Primer. Teknik analisis data menggunakan model regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada tabel uji Validitas dapat dilihat bahwa hasil semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Tabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tabel Sig < 0,05 dan nilai r hitung > r tabel yang menyatakan bahwa semua indikator adalah valid untuk digunakan untuk instrumen dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha yang cukup besar di atas 0,60, sehingga memungkinkan mengatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Dari hasil uji Normalitas, besar kolmogrov Smirnov adalah 0,189 dan signifikansi ada 0,218. Dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai Asymp.Sig \geq 0,05.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas pada tabel memperlihatkan bahwa nilai tolerance masing-masing variabel independen berada di atas 0,1, sedangkan pada nilai VIF masing- masing variabel independen dibawah 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel dapat dilihat menggunakan uji glejser menunjukkan jika nilai probabilitas signifikan variabel harga,promosi dan tempat di atas 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak ada heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil perhitungan maka nilai dW sebesar 2,085 terletak diantara nilai du dan (4-du) sebesar 1,649 dan 2,350 ($du < DW < 4-du$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 1. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.586	3	2.529	14.244	,000 ^b
	Residual	4.616	26	.178		
	Total	12.201	29			

Sumber : data diolah tahun 2023

Berdasarkan pada tabel dihasilkan F hitung sebesar 14.244 dengan nilai F tabel ($df = n - k$) $30 - 4 = 26$ sebesar 2.92 sehingga F hitung $14.244 > f$ tabel 2.92 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti uji model pada variabel harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian sudah fit.

Uji T

Tabel 2. Hasil Uji T

model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	29.298	1.591		18.420	<.001
	HARGA	.104	.055	.050	3.249	.000
	PROMOSI	.390	.090	.532	4.334	.002
	TEMPAT	.464	.097	.328	4.765	.003

Sumber : data yang diolah tahun 2023

1. Uji Hipotesis 1 (Harga terhadap Keputusan Pembelian) Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian diperoleh koefisien regresi arah positif dan nilai t hitung $3.249 > 1.679$ nilai t tabel. Dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya hipotesis penelitian ini menyatakan variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Uji Hipotesis 2 (Promosi terhadap Keputusan Pembelian) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian diperoleh koefisien regresi arah positif dan nilai t hitung $4.334 > 1.679$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya hipotesis penelitian ini menyatakan variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Uji Hipotesis 3 (Tempat terhadap Keputusan Pembelian) Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian diperoleh koefisien regresi arah positif dan nilai t hitung $4.765 > 1.697$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar $0.003 < 0,05$. Artinya hipotesis ini penelitian ini menyatakan variabel tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian produk kafe Miltie garden 2 Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung

- sebesar $3.249 > 1.679$ nilai t tabel. Dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,050$.
2. Terdapat pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian produk kafe Miltie Garden 2 Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t t hitung sebesar $4.334 > 1.679$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dan koefisien regresi sebesar $0,532$.
 3. Terdapat pengaruh positif tempat terhadap keputusan pembelian produk kafe Miltie garden 2 Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $4.765 > 1.697$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar $0.003 < 0,05$. Dan koefisien regresi sebesar $0,328$.
 4. Terdapat pengaruh harga, promosi, dan tempat secara bersama terhadap keputusan pembelian produk kafe Miltie Garden 2 Banjarmasin. Hal ini dengan nilai F hitung sebesar F hitung $14.244 > f$ tabel 2.92 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan artikel ini tidak terlepas dari bantuan yang memberikan oleh berbagai pihak untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Ed 1, Cet. 2. hal.153). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhairi, Nurindah. N. dan Suryanta, Devi. (2020, April). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'malaka Watansoppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi "Menejemen Akuntansi"*, 3(1). Dipetik 2020
- Diah Yuliasetiarni, Yongky. A. Prahasta. (2019, March). *The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customer Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia*. *Journal Internasional Journal Of Scientific & Tecnology Research*, Vol. 8 Issue 03. March 2019. Dipetik 2020
- Foster, B. (2016). *The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction In Mutiara Hotel Bandung*. *American Research Jurnal Of Humanities And Social Sciences (ARJHSS)*, 2016, 1-12.

- Sholihah, Isna Aminatus. (2020). Pengaruh Suasana *Cafe* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka *Cafe* Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8 No.1
- Wahyudi, Muhammad. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk. *Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah*.
- Karya, Huznul. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Upnormal Di Kota Makassar. *Skripsi Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia*.
- Nengsih, Dewi Rohma (2016). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan Dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada *Granny's Cafe And Resto* Di Bandar Lampung). *Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung*.
- Kuat, S, Leonardo, B. H, dan Moh Mukery. W. 2014. Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Koknsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) *City* di Semarang, *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*.
- Kanoga. S. Njugana, R. dan Bett S. 2015. *The Effect of Place on Performance of Shopping Malls in Nairobi County Kenya. Journal of Social Sciences and Humanities* Vol. 1, No.
- Anwar, Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Alferd, Owusu. 2013. *Influences of Proce And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. European Journal of business and Management* Vol.5, No.1.
- Wahyuni H 2019. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong 2014. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong 2016. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen pemasaran." (2013).