

**THE INFLUENCE OF PRICE AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS AT  
JANJI JIWA COFFEE VOLUME 264, HASAN BASRI BRANCH, BANJARMASIN  
CITY.**

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KOPI JANJI JIWA JILID 264 CABANG HASAN BASRI KOTA BANJARMASIN.**

Dina Mulya<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Ervica Zamilah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM. 2003010792

<sup>2</sup>Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 068805034

<sup>3</sup>Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 061510810

Email: dnmlly8@gmail.com

**Abstract :** *The purpose of this research is to determine the partial influence of price on purchasing decisions at Kopi Janji Jiwa Volume 264, Hasan Basri Branch, Banjarmasin City. To determine the partial influence of location on purchasing decisions at Kopi Janji Jiwa Volume 264, Hasan Basri Branch, Banjarmasin City. To find out whether price and location simultaneously influence purchasing decisions at Kopi Janji Jiwa Volume 264, Hasan Basri Branch, Banjarmasin City. Data obtained from quantitative research methods can be interpreted as a research method based on the philosophy of positivism, used to research certain populations or samples, data collection using research instruments, quantitative/statistical data analysis, with the aim of testing the applied hypothesis. The research results are based on the t test above showing that the price variable obtained a significant value of  $0.018 < 0.05$ , meaning the hypothesis was accepted that price influences purchasing decisions, while the location variable obtained a significant value of  $0.000 < 0.05$ , meaning the hypothesis was accepted that location influences purchasing decisions. Based on the results of the f test above, it shows a significance value of  $0.000 < 0.05$ . So the regression model can be used for decision making or it can be said that price and location simultaneously influence purchasing decisions. Based on the output results above, it shows that the adjusted R<sup>2</sup> value is 0.869 or 86,9% of the variation in purchasing decisions can be explained by variations in the two independent variables price and location. Meanwhile, the remainder ( $100\% - 86.9\% = 13.1\%$ ) is explained by other variables outside the model. This means that price and location have an influence of 86.9% on purchasing decisions while the remaining 13.1% is influenced by other variables outside this research.*

**Keywords:** *Price and Location on Purchasing Decisions*

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui Pengaruh Harga secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa Jilid 264 Cabang Hasan Basri Kota Banjarmasin. Untuk mengetahui Pengaruh Lokasi secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa Jilid 264 Cabang Hasan Basri Kota Banjarmasin. Untuk mengetahui apakah Harga dan Lokasi berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa Jilid 264 Cabang Hasan Basri Kota Banjarmasin. Data yang diperoleh dari metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan. Hasil penelitian yakni berdasarkan uji t di atas menunjukkan variabel harga memperoleh nilai signifikan  $0,018 < 0,05$  berarti hipotesis diterima bahwa harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, sedangkan variabel lokasi memperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  berarti hipotesis diterima bahwa lokasi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji f di atas menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Jadi model regresi dapat digunakan untuk pengambilan keputusan atau dapat dikatakan bahwa harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil output di atas menunjukkan besarnya nilai adjusted R<sup>2</sup> yakni 0,869 atau 86,9% variasi Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen harga dan lokasi. Sedangkan sisanya ( $100\% - 86,9\% = 13,1\%$ ) dijelaskan variabel lain diluar model. Hal ini berarti bahwa harga, dan lokasi berpengaruh sebesar 86,9% terhadap Keputusan pembelian sementara sisanya 13,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Jakarta Barat: Pearson Education, inc.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Yogyakarta: Alfabeta Bandung.
- Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Oddset.

### Jurnal

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Business Innovation & Entrepreneurship Journal E-ISSN*, 2(4), 224-231.
- Adipramita, V, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan emas Lancar Jaya Sekaran Lomongan, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1).
- Ahyani, (2022), *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Rizky Adri Perkasa*. Bandung : Universitas Pamulang.
- Aini Nurrohmah dan Benny Osta Nababan. Jurismata, 2019 *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Tehadap Keputusan Pelanggan Trio R Healthy Laundry*. Vol. 1, No.2.
- Gultom , P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Hariman Syaleh, *Jurnal Ekonomi*, ISSN (2597-5234), Vol. 1, No.1, Desember (2017) "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV Tjahaja Baru Bukit Tinggi".
- Hidayat,T. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, *Ilmu Manajemen*, 17.
- Iis Noviyanti, D. S. (2021). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh*. *Journal of Economic, Management, Accounting, and Technology (JEMATech)*, 43-54.

- Kiki Dwi Wijayanti, K. S. (2021). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartment Bailey's City di Ciputat*. *Jurnal Perkusi*, 242-251.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 72-82.
- Kotler dan Gerry Armstrong, 2017. *Pengertian Harga*. Jurnal Universitas Yohanes Dwi Kurniawan: Yogyakarta.
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017), Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205.
- Raymond Biantoro, 2021, Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR. *urnal Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(1), 40–49. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1911>
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Sruji Kasus Pada Konsumen Powernoise Srore Malang. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 7(02).
- Sandra, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pilona. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 93-109.
- Sugiharto, A. &. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG : Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintah dan Politik*, 4(2), 24-32.
- Susanto, H. (2023). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Murah di Sampit*. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*, 01-10.
- Tjiptpno, 2016, *Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian*. Jurnal Universitas Ellyani: Sidoarjo.
- Watriningsi, W., & Carlos, A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 14-26.

#### **Website**

- Agustina. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Study Kasus Pada Konsumen. [https://repository.usd.ac.id/32254/2/142214164\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/32254/2/142214164_full.pdf)
- Arianto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/13533/1>
- Rahman, A. (2023, November Senin). *USDA : Gerai Terbanyak di Indonesiayakni Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kenangan*. Retrieved from LihatJambi : <https://www.lihatjambi.com/ekonomi-bisnis/amp/.57410765502/usda-gerai-terbanyak-di-indonesia-adalah-kopi-janji-jiwa-dan-kopi-kenangan>