

ANALISA LOKASI, DESAIN PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO EMAS KAUSAR SOLO

Zulva Nur Fadillah, Eny Kustiyah, Sudarwati

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

e-mail : zulvanurfadillah@gmail.com

ABSTRACT

Zulva Nur Fadillah. 2015020109. Location Analysis, Product Design And Product Prices On The Consumer Purchase Decision Of Gold Shop Kausar Solo. Essay. Management Study Program (S1). Islamic Batik University of Surakarta. 2019.

In facing a free market with a lot of competition and also a dynamic business development, the company must conduct marketing activities that are right on target and change orientation by serving consumers, continuing to issue products and handling competitors. Of course in running this business there is intense competition so that what is done by companies in marketing activities must further improve the product and be directed more precisely to the target by prioritizing service to consumers, because most consumers prefer to prioritize in service and expect an attractive product. So that the business of gold jewelry has very high potential, because it is for investment or savings in people's lives.

This study aims to determine the effect of location, product design, and product prices on purchasing decisions at the Kausar Solo Gold Shop. This research used quantitative descriptive method. This study uses samples of 100 respondents and an infinite population. The results of this study indicate that location variables negatively affect consumer purchasing decisions, while product design variables and product prices have a significant positive effect on consumer purchasing decisions.

Keyword : *location, design, price, consumer purchase decision*

1. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi pasar bebas dengan adanya persaingan yang banyak dan dinamis , oleh karena itu yang harus dilakukan perusahaan dengan melakukan adanya perubahan orientasi terhadap melayani konsumen, terus mengeluarkan produk dan menangani pesaing. Tentunya dalam menjalankan bisnis ini adanya persaingan yang ketat maka perusahaan melakukan cara kegiatan pemasaran agar produk tersebut semakin meningkat untuk mengutamakan pelayanan terhadap konsumen, yang berarti sebagian besar konsumen lebih senang jika diutamakan dalam pelayanan dan mengharapkan sebuah produk yang menarik.

Permasalahan yang timbul yaitu keputusan pembelian konsumen toko emas yang dapat dipengaruhi oleh lokasi, desain produk serta harga produk. Lokasi yang biasa digunakan untuk usaha emas adalah pasar tradisional, mall, dan lain-lain. Lokasi yang aman dan strategis sangatlah berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Selain lokasi, desain mempengaruhi positif pada keputusan pembelian. Karena desain adalah suatu bentuk aspek citra produk perusahaan (*Martini, 2015*). Untuk usaha perhiasan emas desain sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Paling banyak dikalangan wanita. Oleh karena itu, toko harus melengkapi segala bentuk atau model yang unik dan baik. Jika desain yang

ditawarkan lebih beragam dan mengikuti tren yang ada dimasyarakat, maka konsumen akan melakukan pembelian kembali.

Selain desain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, harga produk pun ikut berpengaruh positif pada toko emas. Menurut Kotler dalam Martini harga termasuk salah satu bauran pemasaran menghasilkan pendapatan dan biaya menurut unsur lainnya. Jadi harga merupakan penyesuaian dalam bauran pemasaran yang membutuhkan waktu banyak. Bisa dikatakan harga yaitu suatu transaksi seorang penjual dengan konsumen untuk membedakan penawaran dari toko lain. Harga untuk emas selalu mengikuti naik turunnya dollar agar meningkatkan pembelian.

Toko merupakan tempat tertutup dengan adanya kegiatan perdagangan dengan jenis benda atau barang yang khusus. Secara fisik, toko mempunyai kesan mewah dan modern daripada warung. Kelengkapan barang serta proses transaksi menggunakan trend terkini. Misalnya toko buku, toko bangunan, toko perhiasan, dan sebagainya.

Toko Emas Kausar adalah suatu bentuk usaha yang bergerak dibidang industri. Toko Emas Kausar memiliki 2 toko yang bertepatan di Jalan Dr Radjiman kiosk Pasar Jongke dan memiliki cabang di Jalan Ahmad Yani kiosk Pasar Kartasura. Toko emas kausar Pasar Jongke mulai berdiri sejak awal bulan pada tahun 1998 dan didaerah Pasar Kartasura pada tahun 2014.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian di Toko Emas Kausar Solo. Populasi yang berjumlah tak terhingga dan menggunakan contoh sampel sebanyak 100 responden.

3. PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan uji statistik non parametric (Maryam, 2011:63). Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov – Smirnov test* sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	Sign	Probabilitas	Kesimpulan
Asymp. Sig.(2-Tailed)	0.103	0.11	>0,05	Data terdistribusi normal

Hasil pengujian menunjukkan Asymp. Sig. (2-tailed) (0,11) > 0,05. Artinya menunjukkan bahwa tidak signifikan, berarti H_0 di terima artinya data tersebut residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	Std	VIF	Std	Keterangan
<i>Lokasi</i>	0.663	>0.10	1.09	<10	Tidak Ada Multikolinearitas
<i>Desain Produk</i>	0.584	>0.10	1.713	<10	Tidak Ada Multikolinearitas
<i>Harga Produk</i>	0.738	>0.10	1.356	<10	Tidak Ada Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas karena nilai tolerance value > 0,10 dan nilai VIF < 10. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Keterangan
<i>Lokasi</i>	.254	Tidak Ada Heteroskedastisitas
<i>Desain Produk</i>	.162	Tidak Ada Heteroskedastisitas
<i>Harga Produk</i>	.820	Tidak Ada Heteroskedastisitas

Hasil perhitungan uji Heteroskedastisitas menunjukkan probability value untuk variabel lokasi 0,254, desain 0,162, harga 0,820, p-value > 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Data

Regresi Linear Berganda

Nilai a dan b1, b2, b3 dalam uji regresi linear berganda adalah:

Tabel 4 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-8.678	3.033
<i>Store Atmosphere</i>	.308	.182
<i>Service Excellent</i>	.476	.158
<i>Celebrity Endorser</i>	.651	.123

Dapat dirumuskan dengan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = -8.678 + 0,308X_1 + 0,476X_2 + 0,651X_3 + e$$

Uji F

Hasil dari nilai F_{hitung} sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	33,837	.000 ^b	H ₁ diterima H ₀ ditolak
Residual			
Total			

F_{hitung} sebesar 33,837 > F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 atau < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak karena lokasi, desain produk dan harga produk terdapat pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Uji t

Hasil dari Uji t adalah:

Tabel 6 Hasil Uji t

Model	B	T	Sig.	Keterangan
(constant)				
	-8.678	-2.861	.005	
Lokasi	.308	1.694	.093	H ₂ ditolak
Desain Produk	.476	3.015	.003	H ₃ diterima
Harga Produk	.651	5.304	.000	H ₄ diterima

Pada variabel lokasi probability value 0,093 < 0,05 H₂ ditolak karena adanya pengaruh signifikan dan positif pada keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo.

Pada variabel desain produk probability value 0,003 < 0,05 maka H₃ diterima karena adanya pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo.

Dan pada variabel harga produk probability value 0,000 < 0,05 maka H_0 diterima adanya pengaruh signifikan dan positif pada keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo.

Koefisien Determinasi

Perhitungan dari nilai *adjusted R square* adalah:

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.717 ^a	.514	.499

Nilai adjusted R square = 0,499 dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel lokasi, desain produk, harga produk terhadap variabel terikat keputusan pembelian Toko Emas Kausar 49,9% sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel tersebut.

Penelitian ini dapat dibuktikan bahwa uji F diterima secara simultan dengan variabel lokasi, desain produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian uji t variabel lokasi tidak berpengaruh pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan hasil probability $0,093 > 0,05$. Tidak berpengaruh disebabkan adanya lokasi yang ada di pasar tradisional, area parkir tersebut luas dan nyaman. Maka dari itu konsumen tidak mempermasalahkan lokasi toko.

Berdasarkan penelitian analisis dari uji t menunjukkan variabel desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen serta simultan memperoleh hasil probability $0,003 < 0,05$. Apabila desain produk semakin membaik, maka konsumen akan melakukan pembelian kembali. Selain itu desain dapat menghasilkan daya pikat sendiri agar menarik (Rian Pramono, 2011).

Berdasarkan hasil analisis dari uji t menunjukkan variabel harga produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo. Didasarkan dengan hasil probability sebesar $0,000 < 0,05$. Menurut levitt *et.al* (159-160) untuk memperoleh validitas prediktif konsep yang berkaitan adanya harga dan tanggapan pangsa pasar dalam 5 dominan yang berbeda adalah:

- a. Berburu harga rendah diluar toko
- b. Pembelian produk umum
- c. Penarikan harga kembali
- d. Perilaku responsive kupon dan penjualan
- e. Potongan harga

4. KESIMPULAN

- a. Lokasi tidak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo.
- b. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen Toko Emas Kausar Solo.
- c. Harga produk bahwa ada pengaruh saecara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Emas Kausar.

Saran

- a. Hendaknya Toko Emas Kausar lebih memperbanyak model desain produk baik dari segi bentuk model barang ataupun dari segi model batu agar konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
- b. Sebaiknya Toko Emas Kausar selalu memperhatikan lokasi, karena lokasi tersebut sangatlah memperhatikan bagi konsumen. Jika lokasi Toko Emas Kausar semakin luas dan strategis, agar dapat menimbulkan rasa kenyamanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Dalam masalah harga sebaiknya Toko Emas Kausar selalu mengikuti naik turunnya harga emas, agar konsumen melakukan pembelian ulang.
- d. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang lebih luas, yang belum di teliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Levitt Theodore et.al. 2017. *Marketing Classics*. Yogyakarta: Amara Books

Martini. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor merek Honda jenis sekuter mattic*. Kudus

Maryam, Siti. 2011. *Statistik Induktif* cetakan pertama. Surakarta. Uniba Press

Pramono. N.Y. 2011. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layauan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada masyarakat kota Semarang)*. In Undergraduate Thesis. Semarang. Universitas Diponegoro