
**ANALISIS PENGARUH LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA CV. SUMBER SEGAR UTAMA**

Mislan Sihite, Fitri Desiani, Ridho Soldery Manto, Ernita Sitohang
Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di CV. Sumber Segar Utama Medan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan studi pustaka, selanjutnya dari data yang diperoleh dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji f , uji t , dan uji koefisien determinasi. Dari hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda, dapat diperoleh persamaan $Y = 0.535 + 0.727x_1 + 0.60x_2 + 0.840x_3$. Konstanta bernilai positif artinya hal ini menunjukkan pengaruh positif variabel lokasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan harga (X_3). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan naik atau terpenuhi. Dari analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa: faktor lokasi, kelengkapan produk, dan harga secara bersama-sama maupun secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan harga merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: lokasi; kelengkapan produk; harga; keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang industri jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian. Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah mengakibatkan perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan badan usaha yang bergerak di bidang perdagangan eceran seperti toko, minimarket, juga pasar swalayan.

Banyaknya pasar swalayan yang dibuka, ini menjadi tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat. Kondisi seperti ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat semakin kritis dalam memilih tempat belanja. Sifat kritis ini dicirikan pada masyarakat yang menginginkan produk-produk yang lengkap, produk yang berkualitas, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan, dimana semuanya terdapat pada satu tempat seperti pasar swalayan.

Setelah melakukan pembelian, kebanyakan pelanggan melakukan evaluasi bila sudah ada pengalaman yang tidak menyenangkan seperti, para pelanggan yang sulit untuk melakukan parkir secara bebas, meskipun swalayan tersebut memiliki produk yang lengkap dan berkualitas, karena lokasi yang kurang memadai, konsumen pun enggan untuk melakukan pembelian pada swalayan tersebut.

Sejalan dengan hal itu karena tingginya tingkat persaingan, swalayan banyak melakukan promosi-promosi, namun akan menjadi kendala jika konsumen sulit menemukan produk yang mereka inginkan, karena produk yang terdapat di swalayan tersebut tidak lengkap, sehingga konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian di swalayan tersebut. Sama halnya juga pada harga yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Harga produk yang mahal, disebabkan karena saluran distribusinya yang tidak baik.

TELAAH PUSTAKA

Kelengkapan Produk

Ma'ruf (2005:123) menyatakan bahwa "Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan."

Dalam hal ini kelengkapan produk dapat dilihat dari kategori produk yang tersedia di suatu perusahaan retail atau swalayan, di mana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaannya, menjadi produk konsumsi dan produk industry.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Maka berdasarkan latar belakang dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan hipotesis, yaitu:

- a. Adanya pengaruh yang signifikan antara faktor lokasi terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial
- b. Adanya pengaruh yang signifikan antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial
- c. Adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial.
- d. Diduga variabel yang paling dominan dari ketiga variabel diatas adalah variabel lokasi.

METODE PENELITIAN

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (*independent variables*) dan variabel terikat (*Dependent variables*). Menggunakan skala likert sebagai alat untuk mengukur variabel bebas, dimana responden akan memilih jawaban yang tersedia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda (*Multiple Linier Regreession Analysis*).

HASIL

Analisis Deskriptif Responden

Karakteristik responden adalah penjelasan tentang keberadaan konsumen yang dibutuhkan sebagai bahan informasi untuk mengetahui identitas responden dalam penelitian ini, dengan jumlah responden sebanyak 75 orang yang memberikan interpretasi terhadap karakteristik responden untuk menganalisis pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Berikut diuraikan analisis deskriptif pada penelitian ini adalah:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	Laki - laki	37	49.3%
2	Perempuan	38	50.7%
Total		75	100%

Sumber : Data Primer 2016 (Data diolah peneliti dari kuesioner)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat jumlah responden dalam penelitian adalah 75 orang responden, dimana 37 orang (49,3%) responden berjenis kelamin laki-laki, dan 38 orang (50,7%) responden perempuan. Dengan demikian mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan persentase 50,7%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Status

NO	Status	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	Menikah	42	56.0%
2	Belum Menikah	33	44.0%
Total		75	100%

Sumber : Data Primer (Data diolah peneliti dari Kuesioner)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden yang datang dan melakukan pembelian adalah responden yang sudah berstatus menikah, dengan persentase 56,0%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Karakteristik Pekerjaan	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	8	10.7%
2	Ibu Rumah Tangga	13	17.3 %
3	Pegawai swasta	40	53.3 %
4	Wiraswasta	4	5.3 %
5	Lain-lainnya	2	2.7 %
Total		75	100 %

Sumber : Data Primer 2016

Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 75 orang responden, dimana mayoritasnya adalah responden yang bekerja sebagai Pegawai swasta sebanyak 40 orang, dengan persentase (53.3%) .

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

NO	Karakteristik Pendapatan	Frekuensi (N)	Persentase (%)
1	< Rp.1.000.000	12	16.0%
2	Rp.1.000.000-Rp.3.000.000	23	17.3 %
3	Rp.3.000.000-5.000.000	25	33.3%
4	>Rp. 5.000.000	15	20.0 %
Total		75	100 %

Sumber : Data primer 2016

Berdasarkan tabel di atas, ada 15 orang dengan persentase 20.0% responden yang memiliki penghasilan di atas Rp.5.000.000, dan 12 orang dengan persentase 16.0 % yang memiliki penghasilan di bawah Rp.1.000.000 melakukan keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Variabel Lokasi

Tabel 5
Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	59	78.7	15	20.0	1	1.3	-	-	-	-
2	56	74.7	19	25.3	-	-	-	-	-	-
3	51	68.0	22	29.3	2	2.7	-	-	-	-

Sumber: Data Primer 2016 (Data diolah dari kuesioner)

Keterangan tabel di atas adalah:

1. Pada indikator 1 menyatakan bahwa Lokasi yang sangat strategis. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 78.7 % , dan hanya 1.3% menyatakan biasa saja atau netral .
2. Pada indikator ke 2 yang menyatakan bahwa Supermarket memiliki tempat parkir yang luas, dari 75 responden lebih banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 74,7% .
3. Pada indikator ke 3 yang menyatakan bahwa supermarket memberikan fasilitas yang lengkap seperti AC, trolley, kursi, dll, dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 45,3%, dan 2.7% menyatakan biasa saja atau netral.

Variabel Kelengkapan Produk

Tabel 6
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kelengkapan Produk

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	38	50.7	35	46.7	2	2.7	-	-	-	-
2	24	32.0	32	42.7	19	25.3	-	-	-	-
3	34	45.3	32	42.7	9	12.0	-	-	-	-

Sumber: Data Primer 2016 (Data diolah dari kuesioner)

1. Pada indikator 1 menyatakan bahwa Brastagi Supermarket memiliki produk yang berkualitas. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 50.7 % , dan hanya 2.7% menyatakan biasa saja atau netral .
2. Pada indikator 2 menyatakan bahwa Brastagi Supermarket memiliki produk yang bervariasi. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan setuju dengan jumlah persentase 42.7 % .

3. Pada indikator 3 menyatakan bahwa Brastagi Supermarket memiliki produk yang lengkap. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 45.3 % , dan hanya 12.0% menyatakan biasa saja atau netral.

Variabel Harga

Tabel 7
Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	69.3	23	30.7	-	-	-	-	-	-
2	42	56.0	27	36.0	6	8.0	-	-	-	-
3	59	78.7	15	20.0	1	1.3	-	-	-	-

Sumber: Data Primer 2016

Keterangan Tabel:

1. Pada indikator 1 menyatakan bahwa Harga produk di Berastagi Supermarket cukup kompetitif. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 69,3 % .
2. Pada indikator 2 menyatakan bahwa Berastagi Supermarket menyediakan pilihan dengan berbagai harga. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 56,0% dan 8,0% menyatakan bisa saja atau netral.
3. Pada indikator 3 menyatakan bahwa Harga Produk sesuai dengan kualitas produk. Dari 75 responden, paling banyak menyatakan sangat setuju dengan jumlah persentase 78.7 % , dan hanya 1.3% menyatakan biasa saja atau netral .

Keputusan Pembelian

Tabel 8
Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Dependent)

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	69.3	23	30.7	-	-	-	-	-	-
2	42	56.0	27	36.0	6	8.0	-	-	-	-
3	59	78.7	15	20.0	1	1.3	-	-	-	-
4	56	74.7	19	25.3	-	-	-	-	-	-
5	51	68.0	22	29.3	2	2.7	-	-	-	-

Sumber: Data Primer 2016

Keterangan Tabel:

1. Pada indikator 1 menyatakan konsumen mengetahui kebutuhan yang akan dibeli. Dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 69.3%

2. Pada indikator 2 menyatakan konsumen mencari informasi mengenai produk dan harga serta kualitas produk. Dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 56.0%
3. Pada indikator 3 menyatakan konsumen melakukan evaluasi terhadap pemilihan beberapa produk. Dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 78.7%
4. Pada indikator 4 menyatakan konsumen memutuskan melakukan pembelian produk di brastagi Supermarket. Dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 74.7%.
5. Pada indikator 5 menyatakan konsumen merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian di brastagi Supermarket. Dari 75 responden banyak menyatakan sangat setuju dengan persentase 68.0 %.

Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel Penelitian.

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas berdasarkan data yang diolah peneliti dengan software SPSS versi 20 dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 9
Uji validitas Variabel Lokasi

No	Pernyataan	r Hitung 5 % (N= 75)	r tabel	Keterangan
1	P1	0.658	0.227	Valid
2	P2	0.441	0.227	Valid
3	P3	0.693	0.227	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Tabel 10
Uji validitas Variabel Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	r Hitung 5 % (N= 75)	r tabel	Keterangan
1	P1	0.620	0.227	Valid
2	P2	0.822	0.227	Valid
3	P3	0.786	0.227	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Tabel 11
Uji validitas Variabel Harga

No	Pernyataan	r Hitung 5 % (N= 75)	r tabel	Keterangan
1	P1	0.673	0.227	Valid
2	P2	0.701	0.227	Valid

3	P3	0.488	0.227	Valid
---	----	-------	-------	-------

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari 12 butir pernyataan pada variabel Independent yaitu : Variabel lokasi, kelengkapan produk , dan harga. Hasil analisis tersebut menunjukkan semua pernyataan dapat digunakan karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas.

Tabel 12
Uji validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	r Hitung 5 % (N= 75)	r tabel	Keterangan
1	P1	0.546	0.227	Valid
2	P2	0.599	0.227	Valid
3	P3	0.465	0.227	Valid
4.	P4	0.376	0.227	Valid
5.	P5	0.496	0.227	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Pada uji validitas ini kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari 5 butir pernyataan pada variabel dependent, yaitu: keputusan pembelian. Pada pengujian validitas ini, nilai derajat deviasi adalah 5%, data yang dibutuhkan N=75 responden . sehingga diperoleh ($df = N-2$), ($75-2=73$), 0.05, sehingga nilai $r_{tabel} = 0.227$. Ketentuan untuk pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama juga. Pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20 *for windows*.

Tabel 13
Realibility Statistic Variabel Independen dan Dependen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	14

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Output SPSS di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $0.702 > 0.60$ sehingga dapat disimpulkan kuesioner pernyataan reliable. Ketentuan pengambilan keputusan:

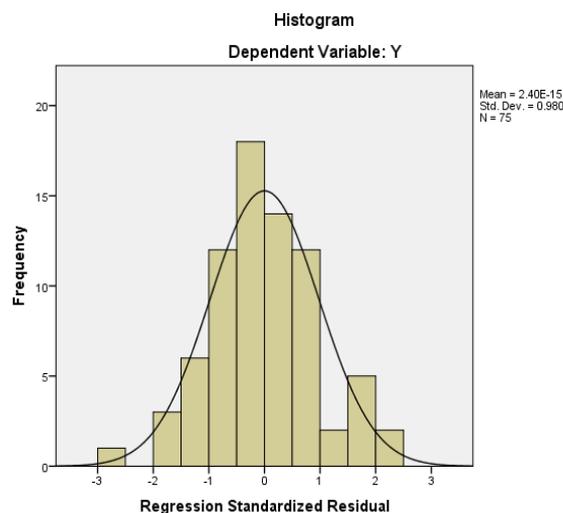
- a. Jika $\alpha > 0.60$ maka butir pernyataan kuesioner dinyatakan reliable
- b. Jika $\alpha < 0.60$ maka butir pernyataan kuesioner dapat dinyatakan tidak reliable.

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa α adalah 0.702, ini berarti $0.702 > 0.60$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliable dan dapat disebar kepada responden untuk dapat dijadikan sebagai instrument penelitian.

Uji Asumsi Klasik

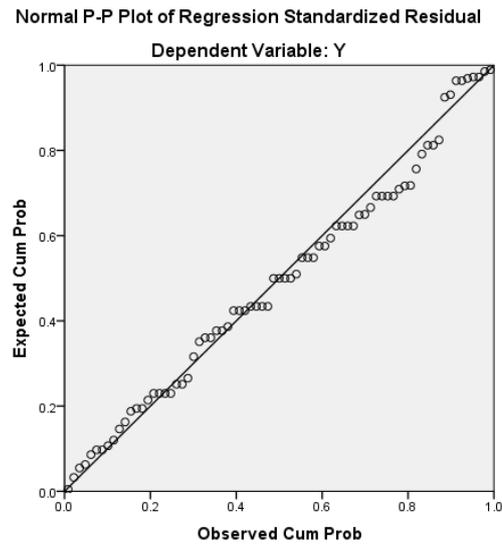
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji normalitas dilakukan dengan analisis grafik dilihat dari titik titik yang menyebar garis diagonal. Uji normalitas menggunakan pendekatan kolmogorv-smirnov dan pendekatan grafik dengan uji P-P Plot untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan menggunakan signifikan 5% atau 0.05 maka nilai Asymp, Sig (2-tailed) di atas signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.



Gambar 1. Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)



Gambar 2. Pengujian Normlitas P-P Plot

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)

Gambar 1 dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh data tersebut berasda pada sisis kiri atau ke kanan hampi sama lebarnya. Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik berada di sepanjang garis diagonal membentuk garis simetris kiri dan kanan, hal ini mengindikasikan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Tabel 14

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.30999331
	Absolute	.092
Most Extreme Differences	Positive	.092
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.793
Asymp. Sig. (2-tailed)		.555

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0.555 dan di atas nilai signifikan 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa sama dengan analisis grafik histrogram dan P-P Plot.

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai kolerasi antara variabel bebasnya sama dengan nol.

Ketentuan pengambilan keputusan :

- Jika Nilai tolerance > 0.5 dan nilai VIF < 5 dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas.
- Jika Nilai tolerance < 0.5 dan nilai VIF > 5 dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 15
Pengujian Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	.823	1.214
X2	.878	1.139
X3	.742	1.347

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)

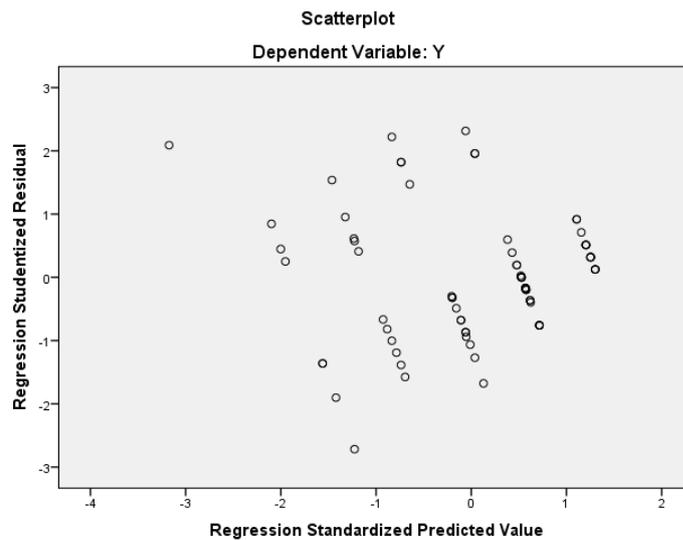
Berdasarkan tabel di atas nilai tolerance $> 0,5$ dan VIF < 5.00 Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas, yakni varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat scatterplot.

Ketentuan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Jika titik-titik menyebar secara merata, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- Jika titik-titik menumpuk pada satu tempat, maka telah terjadi heteroskedastisitas



Gambar 3. Pengujian Heteroskedastisitas
 Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)

Berdasarkan output Scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot mempunyai kelemahan yang cukup signifikan sebab jumlah pengamatan tertentu sangat mempengaruhi hasil plotting.

Dalam uji heteroskedastisitas dilakukan juga metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

Tabel 16
Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,762E-016	,719		,000	1,000
1 X1	,000	,047	,000	,000	1,000
X2	,000	,026	,000	,000	1,000
X3	,000	,043	,000	,000	1,000

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 20 (2016)

Berdasarkan hasil Output metode uji glejser di atas, menunjukkan bahwa nilai sig = 1,000 > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara lokasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan bantuan SPSS 20 for windows. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Tabel 17
Pengujian Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.535	.719		.745	.459
1 X1	.727	.047	.489	15.434	.000
X2	.060	.026	.071	2.320	.023
X3	.840	.043	.647	19.386	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa model persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah: $Y = 0.535 + 0.727x_1 + 0.60x_2 + 0.840x_3 + e$. Dimana produk, harga, promosi, distribusi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda berikut ini:

1. Konstanta bernilai positif (0.535) hal ini menunjukkan pengaruh positif variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, dan harga). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel dependen (keputusan pembelian) akan naik atau terpenuhi.
2. Koefisien Regresi variabel lokasi = 0.727 terhadap keputusan bernilai positif, hal ini menunjukkan apabila terdapat perubahan kenaikan variabel lokasi (X_1), dan variabel lainnya tetap, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan dan mengalami perubahan secara searah.
3. Koefisien Regresi variabel kelengkapan produk = 0.060 terhadap keputusan pembelian bernilai positif, hal ini menunjukkan apabila terdapat perubahan kenaikan variabel kelengkapan produk (X_2), dan variabel lainnya tetap, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan dan mengalami perubahan secara searah.
4. Koefisien Regresi variabel harga = 0.840 terhadap keputusan pembelian bernilai positif, hal ini menunjukkan apabila terdapat perubahan kenaikan variabel harga

(X3), dan variabel lainnya tetap, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan dan mengalami perubahan secara searah.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Ketentuan pengambilan keputusan:

- Ho diterima apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$
- Ho ditolak apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$

Tabel 18
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	113,876	3	37,959	378,993	,000 ^b
1 Residual	7,111	71	,100		
Total	120,987	74			

- Dependent Variable: Y
- Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20, diketahui besar nilai $f_{hitung} 378,993 > f_{tabel} 2.73$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini berarti bahwa variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, harga) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, yang berarti tingkat keyakinan adalah sebesar 95%, maka besarnya t_{tabel} adalah 1.994 .

Ketentuan Pengambilan Keputusan:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak, dan H1 diterima
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan H1 ditolak.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20, diketahui:

- Pada variabel lokasi taraf signifikan 0.05, diperoleh t_{hitung} sebesar 15,434 > $t_{tabel} 1.994$, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara uji lokasi terhadap keputusan pembelian
- Pada variabel kelengkapan produk taraf signifikan 0.05, diperoleh t_{hitung} sebesar 2,320 > $t_{tabel} 1.994$, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan ini dapat

disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara uji kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian

- Pada variabel harga taraf signifikan 0.05, diperoleh thitung sebesar 19,386 > ttabel 1.994, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara uji harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 19
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,535	,719		,745	,459
1 X1	,727	,047	,489	15,434	,000
X2	,060	,026	,071	2,320	,023
X3	,840	,043	,647	19,386	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

3. Uji Koefisien Determinasi (R square)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel dependen. Dari hasil perhitungan untuk nilai R2 dengan bantuan program SPSS 20, nilai koefisien determinasi R2 sebesar 0.941 dan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0.939. Hal ini berarti bahwa 93.9% keputusan pembelian benar-benar dipengaruhi oleh variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, harga), sedangkan sisanya 7.1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 20
Hasil Uji Koefisien Determinan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970 ^a	.941	.939	.316

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20 (2016)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi $Y = 0.535 + 0.727x_1 + 0.60x_2 + 0.840x_3$. Konstanta bernilai positif artinya hal ini menunjukkan pengaruh positif variabel lokasi (X1), kelengkapan produk (X2), dan harga (X3). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan naik atau terpenuhi.
2. Dari hasil uji F yang dilakukan, diketahui bahwa pada taraf signifikan 0.05 nilai $F_{hitung} 378,993 > F_{tabel} 2.73$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, harga) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa lokasi, kelengkapan produk, harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian terbukti.
3. Dari uji t yang dilakukan, diketahui bahwa besarnya nilai t hitung variabel lokasi (15,434), kelengkapan produk (2,320), dan harga (19,386) $> t_{tabel} (1,994)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka disimpulkan lokasi, kelengkapan produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian terbukti.
4. Dari uji t yang dilakukan, diketahui bahwa harga mempunyai nilai t hitung yang paling besar diantara ketiga variabel independen, maka dapat disimpulkan variabel harga mempunyai pengaruh yang paling dominan atau paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil ini maka hipotesis keempat yang menyatakan bahwa lokasi merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian tidak terbukti.

Saran

Dari analisis data dan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada CV. Sumber Segar Utama (Brastagi Supermarket) adalah sebagai berikut :

1. Lokasi merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat peka terhadap tempat dimana mereka akan mereka membeli, sehingga sebaiknya CV. Sumber Segar Utama Medan mempertahankan lokasi yang sekarang ini, dan menambah area parkir.
2. Dari hasil analisis, kelengkapan produk mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat peka terhadap produk yang akan mereka beli, sehingga sebaiknya CV. Sumber Segar Utama Medan mempertahankan produk yang sekarang ini, dan kalau memungkinkan meningkatkan kualitas produk.

-
3. Harga adalah faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen, sehingga sebaiknya CV. Sumber Segar Utama Medan berusaha untuk tetap mempertahankan harga sesuai kualitas produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin W.Ricky,2003, **Pemasaran**, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hise T. Richard, 2000, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Kedua Cetakan Keenam, Yogyakarta: Liberty
- Kotler Philip, 2001, **Manajemen Pemasaran Edisi Milenium**, Jilid kedua, Jakarta: Penerbit Indeks
- Kotler Philip,Amstrong Gary ,2001,**Manajemen Pemasaran Edisi Milenium**, Jilid Satu, Jakarta: Penerbit Indeks
- Kotler Philip, Susanto A.B,2002, **Manajemen Pemasaran di Indonesia**,Edisi Kedua, Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- Kotler Philip, Amstrong Gary, 2004, **Dasar-dasar Pemasaran**, Jilid Dua, Jakarta: Penerbit Prehallindo
- Lamb, W, Charles, dkk, 2002, **Manajemen Pemasaran Indonesia**, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lamb, W, Daniel 2003, **Marketing Insight From A to Z**, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Stanton J. William,2001, **Strategi dan Program Pemasaran**, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Stanton J. William, dkk,2002, **Manajemen Strategi**, Edisi Satu, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono,2008, **Metode Penelitian Bisnis, Edisi keduabelas**, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Triyana D. Alex, 2001, **Strategi Baru Manajemen Pemasaran**, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Amara Books