

PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Arrahma Elian Tania¹, Haris Hemawan², Ahmad Izzuddin³
Universitas Muhammadiyah Jember
arrahmatania0@gmail.com¹, harishermawan1968@gmail.com²,
izzuddin@unmuhjember.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen pada BUMDes Ajong Rejo. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan mengambil sampel sebanyak 60 responden yang berkunjung pada BUMDes Ajong Rejo. Dari hasil tersebut lokasi berpengaruh secara parsial sebesar $0,014 < 0,05$ terhadap minat beli pada BUMDes Ajong Rejo. Harga berpengaruh secara parsial sebesar $0,007 < 0,05$ terhadap minat beli pada BUMDes Ajong Rejo. Lokasi dan harga berpengaruh secara simultan dengan nilai f - hitung $16,594 > f$ - tabel $3,16$. Dan hasil uji R^2 nilai R Square sebesar $0,346$, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh X_1 (lokasi) dan X_2 (harga) secara simultan terhadap Y (minat beli) sebesar $34,2\%$. Saran dari hasil penelitian ini sebaiknya BUMDes Ajong Rejo dapat mempertahankan dalam pemilihan lokasi dan penetapan harga jual untuk mempertahankan minat beli konsumen terhadap BUMDes Ajong Rejo

Kata kunci : **Lokasi, Harga, Minat Beli**

ABSTRACT

This study intends to find out how the influence of location and price on consumer buying interest in BUMDes Ajong Rejo. This research uses quantitative research, while the research tool used is Multiple Linear Regression analysis. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out by interviews, questionnaires and literature studies. The results of the research that has been done took a sample of 60 respondents who visited the BUMDes Ajong Rejo. From the results, the location has a partial effect of $0.014 < 0.05$ on buying interest in BUMDes Ajong Rejo. Price has a partial effect of $0.007 < 0.05$ on buying interest in BUMDes Ajong Rejo. Location and price have an effect simultaneously with the value of f - count $16.594 > f$ - table 3.16 . And the results of the R^2 test R Square value of 0.346 , this implies that the effect of X_1 (location) and X_2 (price) simultaneously on Y (buying interest) is 34.2% . Suggestions from the results of this study should BUMDes Ajong Rejo be able to maintain in the selection of locations and setting the selling price to maintain consumer buying interest in BUMDes Ajong Rejo

Keywords: Location, Price, Buying Interest

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti ini perkembangan dalam dunia usaha semakin

tidak dapat diprediksi, banyak macam usaha dalam bidang jasa maupun kuliner yang saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan konsumen. Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu dari fenomena yang cukup menarik, terlebih dalam bidang ekonomi yang semakin membuka banyak peluang usaha. Pemilik usaha biasanya mendirikan usaha tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan agar mencapai laba maksimal. Pada setiap usaha harus bisa menghasilkan dan menyampaikan jasa atau barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumennya.

Dengan adanya perkembangan dunia bisnis dan kebutuhan manusia akan barang dan jasa, banyak sekali bermunculan usaha dagang yang berjalan pada bidang perdagangan eceran (*retail*) yang berbasis toserba (Toko serba ada). Lokasi dan harga merupakan hal yang penting untuk menarik minat beli konsumen dimasa saat ini. Bisnis *retail* pada awalnya dipandang hanya penyedia barang dan jasa, saat ini bisa dipandang sebagai bisnis yang inovatif, kompetitif dan dinamis.

Pada persaingan usaha yang tajam seperti ini, keberhasilan usaha banyak yang ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Karena banyak sekali pemilik usaha yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang usaha yang ada yang menerapkan strategi pemasaran yang tepat terutama pada pemilihan lokasi. Lokasi yang tepat juga menjadikan modal agar mencapai tujuan usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis, selain itu juga memudahkan konsumen untuk menuju lokasi usaha.

Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya. Minat beli merupakan suatu yang memiliki hubungan dengan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan konsumen. Dalam menarik minat beli konsumen dapat dilakukan dengan lokasi yang mudah dituju dan harga yang sesuai dengan semua kalangan.

Memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen sehingga dengan adanya lokasi yang strategis ini diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardiansyah (2019) dan Ekawanti (2019) memiliki kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Selain itu, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Latief (2018) memiliki kesimpulan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

BUMDes Ajong Rejo memiliki lokasi usaha yang strategis yang banyak dilalui kendaraan, mudah dijangkau konsumen, dan memiliki lahan parkir yang

cukup luas. Namun hal itu tidak membuat BUMDes Ajong Rejo dikatakan memiliki lokasi usaha yang benar-benar cukup strategis, karena lokasi usaha bertepatan dalam satu lingkup dengan Kantor Kepala Desa Ajung, membuat lokasi usaha tersebut tertutup tembok yang mengelilingi kantor desa. Hal itu yang membuat banyak masyarakat yang masih belum mengetahui dengan adanya usaha BUMDes tersebut. Kebanyakan konsumen yang datang yaitu masyarakat yang memiliki keperluan pada kantor desa dan berkunjung pada BUMDes untuk membeli cemilan atau memerlukan dokumen untuk *difotocopy*. Selain masyarakat yang kurang mengetahui adanya BUMDes, pemindahan lokasi BUMDes juga menjadi permasalahan, karena lokasi usaha pertama memiliki lahan yang cukup luas hal tersebut membuat usaha yang dijalankan cukup berkembang. Setelah pemindahan lokasi baru, lahan yang digunakan untuk usaha saat ini tidak begitu luas yang membuat lokasi usaha terlihat begitu kecil, karena kurangnya penempatan untuk tata letak produk.

Selain faktor lokasi, harga juga merupakan faktor yang penting. Penentuan harga produk yang dilakukan oleh pemilik usaha sangatlah berpengaruh pada penjualan. Menurut Dharmmesta & Handoko (2014) harga merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pemilik bisnis dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibanding dengan pesaing lainnya. Selain itu Harga juga dijadikan pertimbangan untuk para konsumen membeli suatu produk atau jasa. Apabila semakin tinggi harga jual suatu produk atau jasa maka semakin sedikit rendah pula minat beli konsumen pada usaha tersebut. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu oleh yang dilakukan oleh Fauzan (2019) dan Bakti (2020) memiliki kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan pra penelitian yang sudah dilakukan bahwa perbandingan harga jual produk pada BumdesAjongRejo dan Alfamart sekitar Bumdes memiliki perbandingan harga yang cukup jauh. Harga jual produk pada Bumdes memiliki harga yang cenderung lebih murah dibanding dengan harga jual pada Alfamart.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan rumusan masalah apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel lokasi dan harga terhadap variabel minat beli. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah lokasi dan harga mempengaruhi minat beli konsumen pada BUMDes Ajong Rejo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dan terdapat 2 data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian

ini didapat setelah melakukan observasi dan penyebaran kuesioner kepada para konsumen yang mencakup tentang lokasi, harga dan minat beli pada konsumen dan data sekunder yaitu meliputi buku, skripsi yang dipublikasikan dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu. Sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen toko bumdes. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *Simple Random Sampling*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Accidental sampling*. Sugiyono (2018) teknik *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat dijadikan sampel. Sampel yang akan diperoleh sebesar 60 responden. Hal ini ditentukan dengan rumus menurut Ferdinand (2014) yaitu, jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10, karena dalam penelitian ini terdapat 12 jumlah indikator, maka sampel yang diperoleh yaitu, $5 \times 12 = 60$ orang responden.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner diolah dengan bantuan aplikasi SPSS. Penelitian ini dilakukan mulai 01 Oktober 2021 – 01 Desember 2021.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	1	0,668	0,254	Valid
	2	0,434	0,254	Valid
	3	0,763	0,254	Valid
	4	0,703	0,254	Valid
Harga (X2)	1	0,794	0,254	Valid
	2	0,811	0,254	Valid
	3	0,656	0,254	Valid
	4	0,722	0,254	Valid
Minat Beli (Y)	1	0,733	0,254	Valid
	2	0,726	0,254	Valid
	3	0,745	0,254	Valid

	4	0,780	0,254	Valid
Sumber : Olah Data 2021				

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa 12 item pertanyaan dari variabel lokasi, harga dan minat beli memiliki r-hitung yang lebih besar dari r-tabel (0,254), maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan dianggap valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai <i>cronbachtalpha</i>	r-tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	0,533	0,254	Reliable
Harga (X2)	0,722	0,254	Reliable
Minat Beli (Y)	0,734	0,254	Reliable
Sumber: Olah Data 2021			

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dapat diketahui hasil uji reabilitas variabel lokasi, harga dan minat beli menghasilkan *cronbacht alpha* r-tabel (0,254), maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan dianggap reliable.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menghasilkan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,950	2,371		,822	,414
	Lokasi (X1)	,416	,165	,323	2,522	,014
	Harga (X2)	,419	,149	,361	2,819	,007

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber : Olah Data 2021

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan persamaan Analisis Regresi Linier Berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

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

$$Y = 1,950 + 0,414 + 0,419 + e$$

1. Nilai Konstanta (α) konstanta 1,950 menunjukkan bahwa jika variabel lokasi dan harga dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap minat beli Bumdes Ajong Rejo.
2. Koefisien regresi lokasi (X1) sebesar 0,414 menyatakan bahwa variabel lokasi memiliki hubungan positif dengan nilai minat beli, hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat lokasi maka semakin meningkatkan konsumen untuk memiliki minat beli pada Bumdes Ajong Rejo.
3. Koefisien regresi harga (X2) sebesar 0,419 menyatakan bahwa variabel harga memiliki hubungan positif dengan nilai minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin harga yang ditawarkan sesuai dengan produk, maka semakin meningkatkan konsumen untuk memiliki minat beli pada Bumdes Ajong Rejo.

d. Uji T

Berdasarkan hasil pengujian uji t yang sudah dilakukan dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

H₀ : b₁ = lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli

H_a : b₁ = lokasi berpengaruh terhadap minat beli

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X1 (lokasi) terhadap Y (minat beli) adalah sebesar 0,014 < 0,05 dan nilai t- hitung 2,552 > t – tabel 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y (minat beli) .

2. Pengujian Hipotesis 2

H₀ : b₁ = lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli

H_a : b₁ = lokasi berpengaruh terhadap minat beli

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X2 (harga) terhadap Y (minat beli) adalah sebesar 0,007 < 0,05 dan nilai t- hitung 2,819 > t – tabel 2,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 (harga) terhadap Y (minat beli).

e. Uji F

Pengujian uji f dilakukan dengan menghasilkan perhitungan sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85,735	2	42,867	16,594	,000 ^b
	Residual	147,249	57	2,583		
	Total	232,983	59			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Lokasi (X1)

Sumber : Olah Data 2021

Berdasarkan hasil pengujian uji f yang sudah dilakukan dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 3

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X1 (lokasi) dan X2 (harga) terhadap Y (minat beli) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f - hitung $16,594 > f$ – tabel 3,16, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 (lokasi) dan X2 (harga) secara simultan terhadap Y (minat beli).

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan dengan menghasilkan perhitungan sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 ^a	,368	,346	1,60727

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Lokasi (X1)

Sumber : Olah Data 2021

Diketahui nilai R Square sebesar 0,346, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh X1 (lokasi) dan X2 (harga) secara simultan terhadap Y (minat beli) sebesar 34,2 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, promosi, kelengkapan produk.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa secara parsial, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas bersifat positif yang berarti semakin baik lokasi dan harga maka semakin baik pula minat beli konsumen. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel :

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli

Dari hasil perhitungan Uji t dapat diketahui bahwa nilai Sig.0,014 dengan nilai t- hitung adalah 2,819 dan t – tabel adalah 2,002. Maka H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 (Lokasi) terhadap Y (minat beli) . Yang artinya lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Bumdes berada dalam satu lingkup Kantor Desa Ajung, kawasan sekolah, dan pemukiman masyarakat yang membuat konsumen berkunjung pada Bumdes. Selain itu Bumdes juga bertempat di dekat jalan raya yang banyak sekali dilintasi transportasi umum. Bumdes juga memiliki tempat parkir yang cukup luas dan tempat usaha yang nyaman. Namun usaha Bumdes ini tertutup dengan tembok pagar desa dan pagar masuk yang terlalu jauh membuat masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya Bumdes ini.

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Dari hasil perhitungan Uji t dapat diketahui bahwa nilai Sig.0,007 dengan nilai t- hitung adalah 2,819 dan t – tabel adalah 2,002. Maka H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 (harga) terhadap Y (minat beli), artinya harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Harga jual pada Bumdes memang cukup terjangkau dan sesuai dengan harga dipasaran, namun jika dibandingkan dengan pesaing yang ada yaitu Alfamart harga jual pada Bumdes terjadi sesilih harga yang cukup lumayan jauh. Hal ini bisa menjadi pertimbangan juga untuk para konsumen untuk membeli suatu produk, kerana pada dasarnya apabila konsumen akan membeli sesuatu produk yang diinginkan maka harga menjadi hal utama apabila sesilih antara pesaing terlalu jauh.

3. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli

Dari hasil perhitungan Uji f pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai Sig.0,000 dengan nilai f - hitung adalah 16,594 dan f – tabel adalah 3,16. Maka H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 (lokasi) dan X2 (harga) secara simultan terhadap Y (minat beli). Yang artinya lokasi dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh lokasi,

pengaruh harga, dan pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli, dapat disimpulkan: Hasil pengujian hipotesis dari variabel lokasi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Bumdes Ajong Rejo. Hal ini berarti bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil pengujian hipotesis dari variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Bumdes Ajong Rejo. Hal ini berarti bahwa harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil pengujian hipotesis dari variabel lokasi (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Bumdes Ajong Rejo. Hal ini berarti bahwa lokasi dan harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil pengujian dari variabel lokasi (X1) dan harga (X2) diperoleh nilai R Square sebesar 0,346 dari pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli. Artinya minat beli dipengaruhi oleh lokasi dan harga sebesar 34,2 %.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada maka saran yang akan diberikan bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memfokuskan pada lokasi dan harga terhadap minat beli, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar bisa menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memberikan dan menghasilkan gambaran yang jauh lebih luas tentang masalah yang sedang diteliti. Bagi Bumdes Ajong Rejo. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebaiknya Bumdes Ajong Rejo dapat mempertahankan dalam pemilihan lokasi dan sebaiknya Bumdes memiliki pintu utama yang terpisah dengan kantor desa agar masyarakat lebih mudah mengetahui adanya usaha Bumdes ini. Selain itu pemasangan banner juga bisa dilakukan oleh pihak Bumdes agar masyarakat lebih mudah mengenali adanya usaha tersebut. Dan penetapan harga jual untuk mempertahankan minat beli konsumen terhadap Bumdes Ajong Rejo. Karena di masa pandemi seperti ini, penghasilan yang tidak begitu menentu membuat masyarakat ada berpikir kembali untuk membeli suatu produk apabila harga yang ditawarkan begitu mahal dan jauh dari harga di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118.
<https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2014). Manajemen pemasaran. In *BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma*.
- Ekawanti, U. (2019). Pengaruh Lokasi Toko Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Jenawi Oblong Riau Pekanbaru. *Journal of Manajement*, 6(2), 1–15.
- Fauzan, A., Rohman, A., Produk, K., & Beli, M. (2019). *Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki*. 9, 104–113.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen BP Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery. *Jurnal Bening*, 6(1), 214. <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1798>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 15, Issue 2010).