

# PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PASAR KLITHIKAN NOTOHARJO KOTA SURAKARTA

Setyo Pradita Nurcahyo\*<sup>1</sup>

Retno Susanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Slamet Riyadi

\*e-mail: [cahyosyahdan123@gmail.com](mailto:cahyosyahdan123@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo di Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebagai responden. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Sumber data menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli barang di pasar Klithikan Notoharjo yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi pustaka dan observasi. Analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, uji instrumen, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta.

**Kata kunci:** harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian.

## Abstract

This research aims to determine the influence of price, location and service quality on purchasing decisions at Klithikan Notoharjo Market in Surakarta. This research uses a quantitative approach with a survey method involving students from the Faculty of Economics, Slamet Riyadi University, Surakarta as respondents. This research uses quantitative data. The data source uses primary data. The population in this research is consumers who buy goods at the Klithikan Notoharjo market, the exact number of which is unknown. The number of samples used in this research was 120 people. The sampling technique uses purposive sampling technique. Data collection techniques use questionnaires, literature study and observation. Data analysis uses instrument tests, classical assumption tests, descriptive analysis, instrument tests, multiple linear regression tests, t tests, F tests and coefficient of determination tests. The results of the research show that price has a significant effect on purchasing decisions at the Klithikan Notoharjo market, Surakarta City, location has no effect significant impact on purchasing decisions at Klithikan Notoharjo Market, Surakarta City, service quality has an insignificant effect on purchasing decisions at Klithikan Notoharjo Market, Surakarta City.

**Keywords:** price, service quality, location and purchasing decisions.

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern, persaingan dalam dunia bisnis retail semakin bertambah ketat. Pilihan masyarakat untuk berbelanja di pasar tentu tidak lepas dari usaha untuk memberikan keputusan pembelian pada konsumen, khususnya kegiatan pemasaran seperti strategi harga lokasi dan kualitas pelayanan. Menghadapi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, penting bagi perusahaan mengimplementasikan strategi pemasaran yang inovatif (Safitri dan Basiya, 2022:25).

Kota Solo selain terkenal akan batiknya juga terkenal akan keberagaman pasar nya. Salah satunya adalah Pasar Klithikan Surakarta yang berlokasi di Jalan Sungai Serang I No.313, Semanggi, Kecamatan Pasar Kliwon. Pasar ini berdiri sejak tahun 2006. Pasar ini menjadi tempat relokasi PKL yang berasal dari kawasan Taman Monumen 45 Banjarsari. Ada sekitar 1000 PKL yang hijrah dari lokasi penjualan lama menuju pasar ini. Pasar Klithikan merupakan pasar

tradisional yang dikenal sebagai pasar barang-barang bekas satu-satunya di Solo sehingga menjadikan pasar ini sebagai pasar primadona bagi warga Solo dan sekitarnya. Pasar Klithikan Surakarta ini juga istimewa karena berhasil mendapatkan penghargaan dari MURI. Penghargaan tersebut didapatkan karena Pemerintah Kota Surakarta berhasil merelokasi pedagang sebelumnya tanpa diwarnai aksi kekerasan (jendela dunia, 2023). Para pedagang memiliki beberapa tantangan dalam menjual produk mereka apalagi setelah adanya proses relokasi tersebut. Pedagang harus bisa mempertahankan usahanya untuk membuat konsumen membeli produk yang mereka jual.

Terdapat banyak kelebihan Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta dibandingkan dengan pasar lainnya yaitu dapat dilihat dari berbagai produk barang bekas yang dijual, hal ini tercermin dari banyaknya dagangan di pasaran di pasar ini mulai dari kebutuhan rumah tangga seperti pakaian dan peralatan listrik, mainan, kendaraan dan hewan pun tersedia di pasar ini. Kelebihan kedua dari kualitas pelayanan, hal ini tecermin dari ramahnya para pedagang saat melayani para konsumen, hal ini lah yang membuat Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta selalu ramai akan pengunjung. Menurut Kotler dan Keller (2017: 190), "Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli". Menurut Safitri dan Basiya (2022:34) "Keputusan pembelian merupakan proses panjang yang dimiliki konsumen dalam mempertimbangkan keinginannya terhadap produk atau merek yang berada di pasar". Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian diantaranya variasi produk, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi (Safitri dan Basiya, 2022:38).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Kotler dan Keller (2017:98) "Harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikeluarkan konsumen guna mengonsumsi produk tersebut, sedangkan dari produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan" Kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan, apabila pelanggan tidak puas maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan. Masalah penetapan harga merupakan hal yang sangat diperhitungkan dalam melakukan pembelian dimana biasanya konsumen mengeluarkan budget sesuai dengan kemampuan membeli konsumen. Konsumen selanjutnya akan melihat kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas produk, apakah harga yang ditawarkan termasuk harga yang kompetitif bila dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan, dapat meningkatkan keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2017:22).

Berdasarkan observasi pra penelitian, ditemukan fenomena Pasar Klithikan Surakarta terkenal dengan barang-barang yang dijual dengan harga murah, tidak heran jika Pasar Klithikan Surakarta selalu ramai dipadati pengunjung. Harga di Pasar Klithikan Surakarta yang sangat murah menggiring dan membentuk persepsi pengunjung Pasar Klithikan Surakarta, namun pelayanan dari penjual ke pembeli tidak semua ramah, bahkan di temukan adanya pedagang dari luar kota solo yang memiliki gaya komunikasi yang keras dan kasar sehingga menciptakan kesan pembeli menjadi tidak berani menawarnya. Berangkat dari hal tersebut maka menarik untuk dilakukan penelitian di Pasar Klithikan Surakarta. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Prabowo (2021) di Pasar Induk Cibitung Bekasi menunjukkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan penelitian terdahulu Hasanudin (2020) di Pasar Mekar menunjukkan hasil penelitian bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi merupakan salah satu strategi bisnis yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kedekatan lokasi usaha dengan jalan raya bertujuan untuk mempermudah akses keluar masuk dan datangnya konsumen ke tempat usaha, dengan mudahnya lokasi usaha maka berpengaruh kepada keputusan pembelian dapat meningkat (Tjiptono dan Diana, 2020:44). Berdasarkan hasil observasi, menurut beberapa pembeli lokasi di Pasar Klitikan terkesan sempit dan ruang parkir yang kurang. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Masibbuk, Moniharapon, dan Ogi (2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian, sedangkan menurut penelitian Cynthia (2022) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:71) "Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk atau jasa yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut". Menurut Stanton (2018:22) kualitas pelayanan berpusat kepada usaha untuk memenuhi keinginan ataupun kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaian guna memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Pasar Klitikan Notoharjo juga memiliki beberapa kekurangan, dari segi lokasi, beberapa konsumen mengeluhkan lokasinya yang kurang strategis, minimnya fasilitas parkir, atau kurangnya aksesibilitas bagi pengunjung, selain itu, faktor persaingan dengan pasar lain atau kurangnya harga juga dapat mempengaruhi daya tarik pasar tersebut. Kekurangan kedua dari segi kualitas pelayanan, konsumen mengeluhkan tentang kurangnya pelayanan yang diberikan beberapa pedagang terlebih ketika toko mereka ramai didatangi pembeli. Penelitian terdahulu yang dilakukan Masibbuk, Monihara dan Ogi (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan penelitian yang dilakukan Hasanudin (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Sumber data menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli barang di pasar Klitikan Notoharjo yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi pustaka dan observasi. Analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, uji instrumen, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### Hasil Uji Validitas variabel Harga (X1)

| Tabel 1. Hasil uji validitas variabel Harga (X1) |                              |                 |            |  |
|--------------------------------------------------|------------------------------|-----------------|------------|--|
| Item Kuesioner                                   | $\rho$ -value (signifikansi) | Kriteria        | Keterangan |  |
| X1.1                                             | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |  |
| X1.2                                             | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |  |
| X1.3                                             | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |  |
| X1.4                                             | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |  |
|                                                  | 0,00                         |                 |            |  |
|                                                  | 0                            |                 |            |  |
|                                                  | 0,00                         |                 |            |  |
|                                                  | 0                            |                 |            |  |

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa untuk kuesioner X1.1 sampai dengan X1.4 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel Harga valid.

**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)**

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel Lokasi (X2)

| Item Kuesioner | $\rho$ -value (signifikansi) | Kriteria        | Keterangan |
|----------------|------------------------------|-----------------|------------|
| X2.1           | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X2.2           | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X2.3           | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X2.4           | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
|                | 0,00                         |                 |            |
|                | 0                            |                 |            |
|                | 0,00                         |                 |            |
|                | 0                            |                 |            |

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa untuk kuesioner X2.1 sampai dengan X2.4 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel lokasi valid.

**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X3)**

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel Kualitas pelayanan (X3)

| Item Kuesioner | $\rho$ -value (signifikansi) | Kriteria        | Keterangan |
|----------------|------------------------------|-----------------|------------|
| X3.1           | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X3.2           | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X3.3           | 0,00                         | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| X3.4           | 0                            | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
|                | 0,00                         |                 |            |
|                | 0                            |                 |            |
|                | 0,00                         |                 |            |
|                | 0                            |                 |            |

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa untuk kuesioner X3.1 sampai dengan X3.4 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) < 0,05 maka semua item kuesioner variabel kualitas pelayanan valid.

**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Item Kuesioner | $\rho$ -value (signifikansi) | Kriteria        | Keterangan |
|----------------|------------------------------|-----------------|------------|
| Y.1            | 0,000                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| Y.2            | 0,000                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| Y.3            | 0,001                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| Y.4            | 0,000                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| Y.5            | 0,000                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |
| Y.6            | 0,000                        | $\alpha = 0,05$ | Valid      |

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa untuk kuesioner Y.1 sampai dengan Y.6 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) < 0,05 maka semua item kuesioner variabel keputusan pembelian valid.

**Uji Reliabilitas**

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

| <b>Reliability Statistics</b> |                         |            |
|-------------------------------|-------------------------|------------|
| Butir Pernyataan              | <i>Cronbach's Alpha</i> | N of Items |
| Harga (X1)                    | 0,794                   | 4          |
| Lokasi (X2)                   | 0,847                   | 4          |
| Kualitas pelayanan (X3)       | 0,730                   | 4          |
| Keputusan pembelian (Y)       | 0,728                   | 6          |

Hasil uji reliabilitas dari tabel diatas diperoleh nilai cronbach Alpha untuk variabel Harga (X1) sebesar 0,794, lokasi (X2) sebesar 0,847, kualitas pelayanan(X3) sebesar 0,730, dan keputusan pembelian (Y) 0,728 > 0,60 maka kuesioner variabel Harga (X1), lokasi (X2), kualitas pelayanan (X3) dan keputusan pembelian (Y) reliabel.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b>            |                    |                         |       |
|--------------------------------------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Model                                      |                    | Collinearity Statistics |       |
|                                            |                    | Tolerance               | VIF   |
| 1                                          | HARGA              | 0.927                   | 1.078 |
|                                            | LOKASI             | 0.996                   | 1.004 |
|                                            | KUALITAS PELAYANAN | 0.928                   | 1.077 |
| a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN |                    |                         |       |

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai toleransi variabel X1 (Harga) = 0,927, variabel X2 (lokasi) = 0,996 dan variabel X3 (kualitas pelayanan) = 0,928 > 0,10 dan nilai VIF variabel X1 (Harga) = 1,078, variabel X2 (lokasi) = 1,004 dan variabel X3 (kualitas pelayanan) = 1,077 < 10, hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

### Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

| <b>Runs Test</b>                  |          |
|-----------------------------------|----------|
| <i>Unstandardized Residual</i>    |          |
| <i>Test Value<sup>a</sup></i>     | -0.45430 |
| <i>Cases &lt; Test Value</i>      | 50       |
| <i>Cases &gt;= Test Value</i>     | 50       |
| <i>Total Cases</i>                | 100      |
| <i>Number of Runs</i>             | 49       |
| <i>Z</i>                          | -0.402   |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>     | 0.688    |
| a. Median                         |          |
| Sumber : data primer diolah, 2024 |          |

Hasil uji autokorelasi dengan Runs Test dapat diketahui bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) 0,688 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (tidak terkena autokorelasi).

### Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedastisitas

| <b>Coefficients</b>             |                                    |            |                                  |          |             |
|---------------------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>a</b>                        |                                    |            |                                  |          |             |
| Model                           | <i>Unstandardized Coefficients</i> |            | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
|                                 | B                                  | Std. Error | Beta                             |          |             |
| (Constant)                      | 1.262                              | 1.286      |                                  | 0.981    | 0.329       |
| 1 Harga                         | -0.041                             | 0.060      | -0.072                           | -0.683   | 0.496       |
| Lokasi                          | 0.026                              | 0.033      | 0.082                            | 0.805    | 0.423       |
| Kualitas pelayanan              | 0.053                              | 0.065      | 0.086                            | 0.821    | 0.414       |
| a. Dependent Variable: ABSRES_1 |                                    |            |                                  |          |             |

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa p value (signifikasi) dari variabel X1 (Harga) = 0,496 > 0,05, X2 (lokasi) = 0,423 < 0,05 dan X3 (kualitas pelayanan) = 0,414 > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

### Hasil Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                |             |                                |
|-------------------------------------------|----------------|-------------|--------------------------------|
|                                           |                |             | <i>Unstandardized Residual</i> |
| N                                         |                |             | 100                            |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           |             | 0.0000000                      |
|                                           | Std. Deviation |             | 2.76514233                     |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       |             | 0.100                          |
|                                           | Positive       |             | 0.98                           |
|                                           | Negative       |             | -0.100                         |
| Test Statistic                            |                |             | 0.100                          |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                |             | 0.16 <sup>c,d</sup>            |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)               | Sig.           |             | 0.262 <sup>d</sup>             |
|                                           | 99% Confidence | Lower Bound | 0.250                          |
|                                           | Interval       | Upper Bound | 0.273                          |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa p value Monte Carlo Sig. (2- tailed) sebesar 0,262 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal ( lolos uji normalitas).

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                                    |            |                                  |          |             |
|---------------------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|----------|-------------|
| Model                           | <i>Unstandardized Coefficients</i> |            | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>T</i> | <i>Sig.</i> |
|                                 | B                                  | Std. Error | Beta                             |          |             |
| 1 (Constant)                    | 7.295                              | 2.080      |                                  | 3.507    | 0.001       |
| Harga                           | 0.773                              | 0.098      | 0.618                            | 7.904    | 0.000       |

|                    |       |       |       |       |       |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Lokasi             | 0.025 | 0.053 | 0.036 | 0.475 | 0.636 |
| Kualitas Pelayanan | 0.195 | 0.105 | 0.146 | 1.865 | 0.065 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 10 diperoleh persamaan regresi:  $Y = 7,295 + 0,773 X_1 + 0,025 X_2 + 0,195 X_3 + e$  Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

- a = 7,295 bertanda positif, berarti apabila variabel bebas (harga, lokasi, dan kualitas pelayanan) konstan maka keputusan pembelian adalah positif.
- b<sub>1</sub> = 0,773 Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berarti apabila persepsi konsumen terhadap harga meningkat maka keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta akan meningkat dengan asumsi variabel X<sub>2</sub> (lokasi) dan X<sub>3</sub> (kualitas pelayanan) dianggap konstan/ tetap.
- b<sub>2</sub> = 0,025 Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berarti apabila lokasi meningkat atau semakin baik maka keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta akan meningkat dengan asumsi variabel X<sub>1</sub> (Harga) dan X<sub>3</sub> (kualitas pelayanan) dianggap konstan/ tetap.
- b<sub>3</sub> = 0,195 Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, berarti apabila kualitas pelayanan meningkat maka keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta akan meningkat dengan asumsi variabel X<sub>1</sub> (harga) dan X<sub>2</sub> (lokasi) dianggap konstan/ tetap.

## Hasil Uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

| Model              | <i>Unstandardized Coefficients</i> |            | <i>Standardized Coefficients</i> |       | Sig.  |
|--------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|-------|-------|
|                    | B                                  | Std. Error | Beta                             | t     |       |
| 1 (Constant)       | 7.295                              | 2.080      |                                  | 3.507 | 0.001 |
| Harga              | 0.773                              | 0.098      | 0.618                            | 7.904 | 0.000 |
| Lokasi             | 0.025                              | 0.053      | 0.036                            | 0.475 | 0.636 |
| Kualitas pelayanan | 0.195                              | 0.105      | 0.146                            | 1.865 | 0.065 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t hitung 7,904 dengan p value (0,000) < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima berarti variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, sehingga H<sub>1</sub> terbukti kebenarannya, variabel lokasi terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t hitung 0,475 dengan p value (0,636) > 0,05 maka Ho diterima Ha ditolak berarti variabel lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, sehingga H<sub>2</sub> tidak terbukti kebenarannya, pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t hitung 1,865 dengan p value (0,065) > 0,05 maka Ho diterima Ha ditolak berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, sehingga H<sub>3</sub> tidak terbukti kebenarannya.

## Hasil Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 427.219        | 3  | 142.40      | 26.765 | 0.000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 510.781        | 96 | 5.321       |        |                    |
| Total        | 938.000        | 99 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Harga, Lokasi

Hasil uji ketepatan model diperoleh nilai F hitung sebesar 26,765 dengan p value  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya model yang digunakan tepat untuk memprediksi pengaruh yang variabel bebas  $X_1$  (harga),  $X_2$  (lokasi) dan  $X_3$  (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| <i>Model Summary</i> |                    |                 |                          |                                   |
|----------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| <i>Model</i>         | <i>R</i>           | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
| 1                    | 0.675 <sup>a</sup> | 0.455           | 0.438                    | 2.307                             |

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Harga, Lokasi

Hasil koefisien determinasi (Adjust  $R^2$ ) sebesar 0,438 artinya besarnya sumbangan pengaruh independen  $X_1$  (harga),  $X_2$  (lokasi) dan  $X_3$  (kualitas pelayanan) terhadap  $Y$  (keputusan pembelian) sebesar 43,8%. Sisanya ( $100\% - 43,8\%$ ) = 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya adalah kualitas produk, promosi dan brand image.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta dengan nilai  $t = 7,904$  dengan p value  $(0,000) < 0,05$ , sehingga  $H_1$  terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen. Pembeli demi memenuhi kebutuhan konsumen harus ada harga yang dibayarkan. Harga yang didapatkan konsumen semakin murah, maka sebanding dengan keinginan konsumen untuk mendapatkan barang tersebut kembali sehingga bisa menghasilkan keputusan pembelian dalam berbelanja (Indrasari, 2019:44).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardiasih (2019) Agustini, Amanah dan Harahap (2020) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Implikasi penelitian ini agar variabel harga meningkatkan keputusan pembelian di pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, berdasarkan penilaian terendah dari responden, maka pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan kesesuaian harga dengan manfaat sehingga konsumen merasa bahwa harga yang semakin terjangkau akan semakin memberikan manfaat untuk belanja kebutuhan. Berdasarkan penilaian tertinggi dari responden, maka pasar Klithikan Notoharjo Surakarta sebaiknya selalu menjaga kesesuaian harga dengan kualitas produk sehingga konsumen merasa bahwa harga yang diberikan selalu sesuai dengan kualitas produk.

### Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian berbelanja di pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta dengan nilai  $t =$

0,475 dengan p value (0,636) > 0,05, sehingga H2 tidak terbukti kebenarannya. Penelitian ini tidak selaras dengan teori yang disampaikan Tjiptono dan Diana (2020: 92) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.". Lokasi sendiri dapat berpengaruh terhadap penjualan dimana tempat aktivitas usaha dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual dan tersedia bagi pasar sasaran untuk mendapatkan hasil keputusan pembelian konsumen yang baik (Kotler & Armstrong, 2019:155). Penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanaysha(2021) yang menyatakan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian berbelanja di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta dengan nilai  $t = 1,865$  dengan p value (0,065) > 0,05, sehingga H3 tidak terbukti. Penelitian ini tidak selaras dengan teori yang disampaikan Indrasari (2019:29) "kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen memilih produk." Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu dorongan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Indrasari, 2019:19-29). Penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Simamora (2021) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar klithikan Notoharjo Kota Surakarta dapat diambil kesimpulan yaitu Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta. Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta.

### **SARAN**

Saran yang dapat diambil dari penelitian dengan variabel yang sudah diteliti ini adalah bagi a. Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta hendaknya meningkatkan keputusan pembelian di pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta, maka pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Surakarta sebaiknya semakin berusaha agar konsumen semakin loyal sehingga setelah membeli produk di Pasar Klitikan Notoharjo di Surakarta ini konsumen semakin berminat untuk membeli kembali dan sebaiknya selalu menjaga loyalitas konsumen sehingga bila ada kekurangan pada produk Pasar Klitikan Notoharjo di Surakarta , konsumen tidak akan langsung beralih barang yang lain, semakin meningkatkan kesesuaian harga dengan manfaat sehingga konsumen merasa bahwa harga yang semakin terjangkau akan semakin memberikan manfaat untuk belanja kebutuhan, dan meningkatkan akses lokasi di Pasar Klithikan Notoharjo dengan cara semakin meningkatkan kemudahan akses sehingga lokasi pasar KlithikanNotoharjo Surakarta ini semakin strategis dan mudah dijangka

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustini, Amanah, dan Harahap. 2021. "Consumer Decision to Buy Vegetables at Traditional Markets in Medan, Indonesia". *American International Journal of Business Management* (AIJBM) ISSN- 2379-106X, [www.aijbm.com](http://www.aijbm.com) Volume 3, Issue 6 page 109-123.
- Assauri, Sofian. 2019. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. PT Raja Grafindo Persada: Depok
- Citraningrum dan Panglipurningrum. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi Di Pasar Klewer Surakarta". *EXCELLENT:Jurnal Manajemen,Bisnis dan Pendidikan*. Vol 8, No 2 halaman 177- 188.
- Cynthia, Debby. 2022. *Strategi Pemasaran*. Sumber Utama: Jakarta
- Hanaysha. 2021. " Importance of Marketing Mix Elements in Determining Consumer Purchase Decision in the Retail Market". *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*. Vol. 12. Issue 6 Page 56-72.
- Hasanudin, Makmur. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Mekar". *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 4. No 1. Hal.5-7
- Kotler Philip, And Keller,Kevin Lane.2017. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*.Penerbit Erlangga: Jakarta
- Kusmadeni dan Eriyanti. 2021. "Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang". *Jurnal Manivestasi*, Vol. 3 No.1, halaman : 37-52
- Mardiasih. 2019. "Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar". *IQTISHADEquity* Vol. 2, No. 1, Hal.1-10
- Masibbuk, Moniharapon, dan Ogi. 2019. "Pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan tata letak terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada golden Pasar swalayan di Kota Manado)". *Jurnal EMBA* Vol.7 No.1, Hal. 411 – 420.
- Nugroho dan Simamora. 2021. "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian daging sapi di pasar raya 1 Salatiga". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 46 No. 2, Hal.134-143
- Prabowo. 2021. "Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah di Pasar Induk Cibitung Bekasi". *Jurnal Parameter*, Volume 6, No. 2Hal. 169-116
- Rosiana dan Monica. 2023. "Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Generasi Milenial Pada Pasar Tradisional". *EKOBIS* Vol. 24, No.2, halaman 117 – 126.
- Safitri & Basiya 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jatinom: Semarang
- Tjiptono, Fandi, &, Diana, Anastasia. 2020. *Pemasaran*. CV. Andi Offset:Yogyaarta
- Umar, Husein.2019. *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama:Jakarta.