

# PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GERAJ MIXUE PURWOREJO

Rindra Bunga Aulia<sup>(1)</sup>, Lukman Fadhiliya<sup>(2)</sup>, Anita Rinawati<sup>(3)</sup>

Prodi Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo

[rindrabunga99@gmail.com](mailto:rindrabunga99@gmail.com), [lukman@umpwr.ac.id](mailto:lukman@umpwr.ac.id), [anita@umpwr.ac.id](mailto:anita@umpwr.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh Harga, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Gerai Mixue Purworejo. Populasi penelitian adalah konsumen Gerai Mixue Purworejo yang pernah membeli produk minimal satu kali dan minimal usia 17 tahun sebanyak 100 orang, dihitung menggunakan rumus *Slovin* tingkat kesalahan 10%, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data melalui angket. Hasil analisis deskriptif menunjukkan harga (63%), lokasi (56%), pelayanan (62%), dan keputusan pembelian (53%) berkategori baik. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga dan Keputusan Pembelian sebesar 6,71% ( $r_{x1y} = 259$ ;  $t_{hitung} 2,630$ ; dan sig.  $0,01 < 0,05$ ). Lokasi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 6,1% ( $r_{x3y} = 247$ ;  $t_{hitung} 2,501$ ; dan sig.  $0,014 < 0,05$ ). Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian 11,67% ( $r_{x3y} = 342^2$ ;  $t_{hitung} 3,567$ ; dan sig.  $0,001 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 39,9% ( $R = 399$ ;  $F_{hitung} 21,278$ ; sig.  $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** Harga, Lokasi, Pelayanan, Keputusan Pembelian.

## A. PENDAHULUAN

Dewasa ini banyak sekali bisnis baru yang bermunculan di Indonesia, perkembangan bisnis kuliner jenis *franchise* yang semakin banyak mengambil peran dalam pasar perekonomian hal ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Pada bisnis minuman memicu banyaknya tren atau inovasi bermunculan dan dengan cepat dapat menguasai pasar-pasar dunia terutama di Indonesia (Latief, 2018 : 2).

Contohnya es krim merupakan salah satu kuliner yang memiliki beragam rasa dan banyak digemari oleh seluruh kalangan di dunia. Rasa yang manis dan teksturnya yang lembut menjadikan es krim dibuat sebagai hidangan penutup. Banyaknya toko dan merek es krim di dunia ini membuktikan bahwa persaingan bisnis ini begitu ketat.

Fenomena ini erat kaitannya dengan salah satu brand yang sedang naik daun dan memiliki banyak cabang di Tiongkok dan di negara Asia Pasifik dengan total gerai hingga saat ini berjumlah 21.581. "Brand es krim berasal dari China yaitu Mixue Ice Cream and Tea yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997. Di Indonesia sendiri Mixue Ice Cream dan Tea telah memiliki lebih dari 300 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Cita rasa yang diberikan produk Mixue ini sangatlah cocok dengan lidah orang Indonesia, harga yang diberikan relatif murah yang menjadikan Mixue diminati masyarakat dari berbagai kalangan" (Pahlevi, 2022 : 2).

Di Purworejo Mixue telah membuka cabang yang terletak di Jl. A. Yani No.266, Kedungputri, Purworejo. Proses pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa tentunya melalui berbagai faktor sebelum melakukan

pengambilan keputusan pembelian diantaranya harga, lokasi, dan pelayanan.

Harga merupakan faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian, hal ini ada kaitannya dengan penentuan harga. Apabila harga ditetapkan terlalu tinggi namun dari segi fungsi maupun mutu tidak jauh berbeda dengan pesaing, hal ini menjadikan konsumen memikirkan ulang dalam mengambil keputusan, begitupula sebaliknya. Kotler dan Armstrong (2012:345) “mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa”.

Aspek lain yang menjadi bahan pertimbangan konsumen saat menentukan keputusan adalah lokasi. “Penentuan lokasi memiliki pengaruh yang cukup besar bagaimana tidak lokasi yang strategis dan menarik bagi calon pembeli dapat membuat keputusan pembelian akan semakin tinggi. Apabila perusahaan kurang memperhatikan kestrategisan lokasi tentunya nilai efektifitas dan efisiensi konsumen tidak terpenuhi akibatnya konsumen enggan membeli produk yang ditawarkan” (Kelviana et.al., 2021:86).

Penentuan lokasi dalam keputusan pembelian memiliki pengaruh yang cukup besar bagaimana tidak lokasi yang strategis dan menarik bagi calon konsumen dapat membuat keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Selanjutnya aspek pelayanan. Kesuksesan dalam pelayanan diwujudkan dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya namun itu bukanlah hal mudah, mengusahakan pelayanan yang berkualitas dapat dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya sehingga mewujudkan pelayanan yang berfokus kepada konsumen.

Menurut Sudarso dalam Cesariana et al., (2022 : 2) pengertian “kepuasan pelayanan adalah keahlian pada suatu

produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang konsumen harapkan. Banyak konsumen yang memilih pelayanan sebagai pertimbangan keputusan pembelian”.

**Tabel 1.**

**Penjualan Mixue Purworejo pada bulan Oktober 2022 – Maret 2023**

Bulan	Omset perbulan	Perubahan
Oktober	Rp 217.455.000	0,00%
November	Rp 230.476.000	5,99%
Desember	Rp 229.679.000	-0,35%
Januari	Rp 222.215.000	-3,25%
Februari	Rp 219.788.000	-1,09%
Maret	Rp 218.734.000	-0,48%

Sumber : Gerai Mixue Cabang Jl. A. Yani No. 266, Purworejo

Melihat tabel dan gambar di atas, bisa diketahui bahwa dalam periode tertentu Mixue dapat mencapai penjualan yang cukup baik. Dari data di atas kita bisa melihat terjadinya fluktuasi harga yang terjadi di periode tertentu, kenaikan omset sekali pada bulan November 2022.

Data pengunjung di Gerai Mixue Periode Oktober 2022 – Maret 2023.

**Tabel 2.**

**Data Pengunjung di Gerai Mixue Purworejo pada bulan Oktober 2022 – Maret 2023**

Bulan	Total	Perubahan
Oktober (2022)	1893	-
November (2022)	2309	+416
Desember (2022)	1889	-420
Januari (2023)	1812	-77
Februari (2023)	1799	-13
Maret (2023)	1675	-124

Sumber : Gerai Mixue Cabang Jl. A. Yani No. 266, Purworejo.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pengunjung pada bulan November 2022 mengalami kenaikan sebanyak 416 orang. Pada bulan Desember 2022 – Maret 2023 mengalami

penurunan pembeli sebanyak 634 orang, dikarenakan adanya gerai baru Mixue di Kabupaten Purworejo.

Sejalan dengan data yang disajikan pada tabel 1 dan 2 masih kurang optimalnya sistem manajemen yang telah dijalankan oleh pihak Mixue Cabang Purworejo saat ini. Berdasarkan pra survey dan data penjualan Mixue Cabang Purworejo, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Mixue Purworejo”**.

**B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berjenis data kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka. “Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu, teknik mengumpulkan sampel umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan informasi menggunakan instrumen penelitian, analisis informasi, bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan” (Sugiyono, 2019:16-17).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket. “Angket merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab” (Suwarjeni, 2020:94). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung dengan memberikan kuesioner atau angket yang berisi daftar pernyataan kepada responden yaitu konsumen Mixue yang telah melakukan pembelian produk di Gerai Mixue Purworejo minimal satu kali dan

berdomisili Purworejo dan berusia minimal 17 tahun. Daftar pertanyaan yang diberikan responden untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Gerai Mixue Purworejo.

Peneliti menggunakan angket tertutup yang disajikan dengan serangkaian alternatif dan responden cukup memberi tanda silang, melingkar ataupun mencentang pada jawaban yang dianggapnya sesuai dengan keadaan dirinya. Peneliti menggunakan skala likert sebagai pedoman untuk mengajukan pertanyaan dan pernyataan dengan alternatif jawaban yaitu “ Sangat Setuju”, “Setuju”, “Tidak Setuju”, dan “Sangat Tidak Setuju”. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Harga dalam kategori baik dengan presentase 63% sebanyak 63 orang. Lokasi dalam kategori baik dengan presentase sebesar 56% sebanyak 56 orang. Pelayanan dalam kategori baik dengan presentase sebesar 62% sebanyak 62 orang. Keputusan Pembelian dalam kategori baik dengan presentase 53% sebanyak 53 orang.

**Tabel 3**  
**Uji Korelasi Parsial dan Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (constant)	12.481	1.931		.249	.804			
harga (x <sub>1</sub> )	.248	.094	.242	2.630	.010	.482	.259	.208
lokasi (x <sub>2</sub> )	.290	.116	.232	2.501	.014	.479	.247	.198
pelayanan (x <sub>3</sub> )	.434	.122	.326	3.567	.001	.527	.342	.282

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 mengenai ringkasan koefisien korelasi parsial maka dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,259$ ;  $t_{hitung} = 2,630$ ; dan  $sig. = 0,01 < 0,05$  maka signifikan. Maka diperoleh koefisien determinan ( $r^2$ ) = 6,71% ( $r^2 = 0.067081$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan (Y) pembelian di Gerai Mixue Purworejo.
- 2) Pengaruh Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,247$ ;  $t_{hitung} = 2,501$ ; dan  $sig. = 0,014 < 0,05$  maka signifikan. Maka diperoleh koefisien determinan ( $r^2$ ) = 6,1% ( $r^2 = 0,061009$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo.
- 3) Pengaruh Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,342$ ;  $t_{hitung} = 3,567$ ; dan  $sig. = 0,001 < 0,05$  maka signifikan. Maka diperoleh koefisien determinan ( $r^2$ ) = 11,76% ( $r^2 = 0,116964$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo.

Pada uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil Uji t dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut :

- 1) Uji signifikansi pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dari hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} = 2,630$  dengan  $sig. = 0,01$ . Karena koefisien Harga ( $X_1$ ) bernilai positif dan nilai  $sig. = 0,01 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Harga ( $X_1$ ) mempunyai

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo.

- 2) Uji signifikansi pengaruh Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dari hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} = 2,501$  dengan  $sig. = 0,014$ . Karena koefisien Lokasi ( $X_2$ ) bernilai positif dan nilai  $sig. = 0,014 < 0,05$  maka dapat disimpulkan Lokasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo.
- 3) Uji signifikansi pengaruh Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dari hasil uji t diperoleh  $t_{hitung} = 3,567$  dan  $sig. = 0,001$ . Karena koefisien Pelayan ( $X_3$ ) bernilai positif dan nilai  $sig. = 0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan Pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo.

Hasil korelasi ganda dapat dilihat dari ringkasan koefisien regresi dan determinan pada tabel 4 berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Ringkasan Koefisien Regresi dan Determinasi**

Model Summary		
R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.399	.381	1.592
a. Predictors: (Constant), pelayanan, harga, lokasi		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Hasil analisis pada tabel 4 diperoleh nilai koefisien korelasi ganda/ besarnya korelasi (R) sebesar 0,399; dan koefisien korelasi determinasi/ besarnya kontribusi ( $R^2$ ) sebesar 0,381. Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di

Gerai Mixue Purworejo, sebesar  $(R^2)$  0,399 atau 39,9%.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

**Tabel 5**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	161.871	3	53.957	21.278	.000 <sup>b</sup>
	Residual	243.439	96	2.536		
	Total	405.310	99			
A. Dependent variable: keputusan pembelian						
B. Predictors: (constant), pelayanan, harga, lokasi						

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Uji F pada tabel 5 diatas, mendapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 21,278 dengan sig. 0,000 ( $0,000 < 0,05$  maka signifikan) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) besarnya pengaruh ( $R^2$ ) 0,399 atau 39,9%.

Dari hasil uji regresi ganda dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

**Tabel 6**  
**Analisis Regresi Ganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.481	1.931		.249	.804
	Harga	.248	.094	.242	2.630	.010
	Lokasi	.290	.116	.232	2.501	.014
	Pelayanan	.434	.122	.326	3.567	.001
A. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Setelah dilakukan uji regresi ganda diperoleh koefisien Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,248, Lokasi ( $X_2$ ) sebesar 0,290, dan Pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,343 serta

bilangan constantanya (a) 12,481 dan bila dinyatakan dalam persamaan :

$Y = 12,481 + 0,248X_1 + 0,290X_2$  yang artinya :

1)  $a = 12,481$

Jika nilai *constant* (a) bernilai positif, dengan demikian apabila nilai variabel  $X_1$  dan  $X_2$  masing-masing 0 maka  $Y = 12,481$ .

2)  $b_1 = 0,248$

Koefisien variabel harga ( $X_1$ ) bernilai positif artinya jika harga ( $X_1$ ) naik sebesar satu satuan sedangkan lokasi ( $X_2$ ) dan Pelayanan ( $X_3$ ) tetap maka keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,248.

3)  $b_2 = 0,290$

Koefisien variabel lokasi ( $X_2$ ) bernilai positif artinya jika lokasi ( $X_2$ ) naik sebesar satu satuan sedangkan harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) tetap, maka keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,290.

4)  $b_3 = 0,434$

Koefisien variabel pelayanan ( $X_3$ ) bernilai positif artinya jika pelayanan ( $X_3$ ) naik sebesar satu satuan sedangkan harga ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) tetap, maka keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,434.

**D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,295$ ;  $t_{hitung} = 2,630$  dan sig.  $0,01 < 0,05$  maka signifikan. Hal tersebut berarti bahwa Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi Harga ( $X_1$ ) sebesar 6,71% ( $r^2 = 0,067081$ ).

2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,247$ ;  $t_{hitung} = 2,501$  dan

- 3) sig. 0,014 < 0,05 maka signifikan. Hal tersebut berarti bahwa Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi Lokasi (X<sub>2</sub>) sebesar 6,1% ( $r^2 = 0,116964$ ).
- 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo, nilai koefisien korelasi  $r = 0,342$ ;  $t_{hitung} = 3,567$  dan sig. = 0,001 < 0,05 maka signifikan. Hal tersebut berarti bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi Pelayanan (X<sub>3</sub>) sebesar 11,76% ( $r^2 = 0,116964$ ).
- 5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X<sub>1</sub>), Lokasi (X<sub>2</sub>), dan Pelayanan (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji variabel diperoleh nilai koefisien ( $R^2$ ) 0,399. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>), Lokasi (X<sub>2</sub>), dan Pelayanan (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama berpengaruh positif sebesar 39,9% terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Gerai Mixue Purworejo. Sedangkan sisanya sebesar 60,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial.*, 3(1), 2.
- Kelviana, Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 11(02), 86.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- 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 Unsam*, 7(1), 2.
- Pahlevi, R. 2022. Indonesia Pasar Minuman Boba Terbesar di Asia Tenggara. Di akses pada 1 Maret 2023.  
<https://databoks.katadata.co.id/info/grafik/2022/09/08>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metode dan Teknik Penelitian*: Pustaka Baru Press.