

Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen Alfamart daerah Cikarang Utara

Etty Zuliawati Zed¹, Icha Maulidya², Deswita Cholinia Syalwa³, Tiya Melida Anjani⁴, Erfiyola^{5✉}

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen , Universitas Pelita Bangsa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga suatu produk dan lokasi Alfamart di daerah Cikarang Utara. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis linier berganda. Menggunakan data primer berupa kuesioner yang dikumpulkan dari konsumen Alfamart daerah Cikarang Utara. Metode pemilihan sampel menggunakan *Random sampling*, bersama dengan 90 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 29 dan semua instrumen harus melewati beberapa pengujian sebelum dianggap valid dan reliabel dan harus lolos uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Analisis linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan uji determinasi untuk menguji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa penetapan harga yang kompetitif dan lokasi yang strategis secara signifikan berkontribusi terhadap pengaruh Keputusan pembelian konsumen Alfamart.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, dan Keputusan konsumen.

Abstrack

This study aims to determine how the effect of the price of a product and the location of Alfamart in the Cikarang Utara area. The methodology used in this study is a quantitative approach using multiple linear analysis methods. Using primary data in the form of questionnaires collected from Alfamart consumers in the Cikarang Utara area. The sample selection method uses Random sampling, along with 90 respondents. The data analysis method used in this study is SPSS 29 and all instruments must pass several tests before they are considered valid and reliable and must pass classical assumption tests, such as normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests. Multiple linear analysis was used to determine the determination test relationship to test the hypothesis. The results of the analysis show that competitive pricing and strategic location significantly contribute to the influence of Alfamart's consumer purchasing decisions.

Keywords: Managerial Economics, Price, Location, and Consumer decisions.

PENDAHULUAN

Bisnis Waralaba merupakan sistem pemasaran dan distribusi yang dijalankan oleh suatu institusi bisnis kecil yang memiliki jaminan dengan membayar sejumlah uang dan memperoleh hak terhadap akses pasar yang dijalankan dengan standar oprasi yang mapan di dalam pengawasan asistensi frenchisor (wahid, 2011) Bisnis waralaba (Franchise) merupakan fenomena baru dalam dunia perdagangan Indonesia, meskipun sistem ini sudah berlaku cukup lama di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa pada umumnya.. Pada dasarnya waralaba (franchise) adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Franchisor dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada franchisee untuk melakukan usaha pendistribusian barang atau

jasa di bawah nama identitas franchisor dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan oleh franchisor. Franchisor memberikan bantuan (assistance) terhadap franchise, sebagai imbalannya franchise membayar sejumlah uang berupa initial fee dan royalty. Model bisnis waralaba ini sudah tersebar di seluruh penjuru dunia (Syahrani, 2012). Sedangkan di Indonesia waralaba yang sering dijumpai adalah Alfamart dan Indomaret sehingga bisnis waralaba ini dipilih menjadi bahan penelitian.

Alfamart yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Menurut corporate secretary PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Tomin Widian, menjelaskan gerai Alfamart dan entitas anak sepanjang 2023 tumbuh sekitar 9% atau sebanyak 1.872 gerai. Sehingga, bila ditotal gerai dibawah sumber Alfaria Trijaya yang tersebar mencapai 22.670 gerai. Untuk tahun 2024 rencananya akan menambah gerai di penjuru pulau Jawa sebanyak 1.000 gerai. Dengan kuartal 2024 dari capex sebanyak 4,5 triliun yang sudah disiapkan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, dan dana yang sudah digunakan sebesar 1 triliun yang diperuntukan untuk pembukaan 1.000 gerai baru serta memperpanjang gerai lama (Tristiawati, 2024). Dengan adanya waralaba seperti Alfamart tersebut membuat konsumen dimudahkan dalam mencari kebutuhan sehari-hari. Karena Alfamart memiliki penempatan lokasi yang strategis dan tersedia di berbagai lokasi seperti perumahan, perkantoran, dan sering di jumpai di berbagai tempat fasilitas umum. Dan Alfamart memiliki tanda yang dapat di cari seperti warna dan maskot khusus yang menjadi ciri khas minimarket ini sendiri (Tristiawati, 2024).

Lokasi adalah tata letak atau posisi spasial dari objek tertentu dipermukaan bumi (itsnaini, 2021). Faktor-faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing minimarket berbeda, Salah satu faktor pentingnya adalah dekat dengan konsumen. Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan supplier, dan kedekatan fasilitas transportasi umum (Pajak, 2023)

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari produk dan pelayanan. Harga sendiri sangat berperan penting dalam persaingan suatu perusahaan, khususnya pada perusahaan yang memasarkan produk sejenisnya. Sama seperti Alfamart dan Indomaret, karena kesamaan produk yang dipasarkan antara ke dua mini market tersebut membuat masing-masing mini market bersaing melalui pemberian harga relatif berbeda tipis pada produk yang dijual demi menarik perhatian konsumen dalam melakukan persaingan harga (Gischa, 2020). Berdasarkan penjelasan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul yang akan diteliti adalah pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart daerah Cikarang.

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk kategori penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang berfokus pada pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis (Bpamid, 2024). Ada dua faktor independent yang menjadi pertimbangan, yaitu harga dan lokasi Alfamart daerah Cikarang Utara. Variabel dependen kepuasan pelanggan adalah kepatuhan pegawai yang diukur melalui serangkaian variabel. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti telah menggunakan satu sumber, yaitu Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari individu secara langsung (Putri, 2022).

JENIS DATA DAN METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu sumber yaitu data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui google form. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dimana data yang didapatkan dihitung menggunakan aplikasi SPSS. Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu melalui kuesioner google form. Kuesioner yang disebarakan mencakup rangkaian pertanyaan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan objek studi yang dibahas dan didalamnya diberikan uraian petunjuk pengisiannya agar memudahkan respondent untuk menjawab.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung Alfamart daerah Cikarang Utara dengan populasi perhari 1.000 orang. Penentuan objek amatan merupakan fungsi sample ditinjau dari objek penelitian. Adanya sample penelitian objek amatan menjadi lebih fokus serta mendalam (Rini, 2022). Sampel ini diambil menggunakan *random sampling* dengan rumus Slovin (sampoerna academy, 2022)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

e = *error level* (tingkat kesalahan 10% atau 0,1)

Rumus slovin dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1 + (1.000) \times 0,01^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 1.000.0,01}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1.000}{11} = 91$$

Total dari sampel adalah 90,9 dan untuk mempermudah perhitungan, totalnya dibulatkan menjadi 90 responden untuk mewakili seluruh populasi.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu melalui kuesioner google form. Kuesioner yang disebarakan didalamnya mencakup rangkaian dari pernyataan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan objek studi. Dengan cara menyebarkan link kuesioner yang sudah dibuat menggunakan google form.

Teknik Analisis Data

Pengujian instrument penelitian

1. Pengujian validitas

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Regresi Linear

Penguji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-T)
2. Koefisien Determinasi R²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Correlations				
		Pengaruh Harga	Pengaruh Lokasi	Pengaruh Kepuasan
Pengaruh Harga	Pearson Correlation	1	.240	.089
	Sig. (2-tailed)		.001	.001
	N	26	26	26
Pengaruh Lokasi	Pearson Correlation	.240	1	.198
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	26	26	26
Pengaruh kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	.089	.198	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	
	N	26	26	26

Uji validitas dihitung dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel (pada tingkat signifikan 5%) maka dianggap valid tapi sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dianggap tidak valid. Pada variabel Pengaruh Harga (x_1), Pengaruh Lokasi (x_2), dan variabel Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart (Y) dinyatakan valid menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 0,5 sehingga peneliti menyimpulkan kuesioner yang digunakan adalah valid.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Regresi Linier

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel Y . Berikut adalah hasil analisis regresi linier:

Tabel **Regresi Linier**

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	73.268	13.230		5.538
	PengaruhHarg a	.586	.182	.428	3.220
	PengaruhLoka s	.133	.201	.088	.663

Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian melalu....

A. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output Pengolahan Data 2023

Berdasarkan hasil analisis diatas, model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = 73.268 + 0.586 X_1 + 0.133 X_2$$

Koefisien regresi untuk variable pengaruh Harga, dan pengaruh Lokasi positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel terhadap pengaruh Keputusan pembelian konsumen Alfamart (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,586 menunjukkan bahwa apabila pengaruh harga meningkat 1 persen maka kepatuhan Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 58,6% dengan asumsi variable bebas yang lain konstan. Koefisien variabel X_2 sebesar 0.133 menunjukkan bahwa apabila pengaruh Lokasi meningkat 1 persen maka kepatuhan Keputusan pembelian (Y) meningkat sebanyak 13,3%.

Uji Parsial (Uji-t)

Bertujuan untuk menguji signifikansi dari pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen yang diformulasikan. Tingkat signifikan yang digunakan 10%. Dari analisis data menggunakan SPSS V.29 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Table Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	50.0% Confidence Interval for B
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound
1	(Constant)	53.869	16.168		3.332	.002	42.878
	Pengaruh Harga	.539	.197	.384	2.737	.009	.672
	Pengaruh Lokasi	.228	.224	.142	1.014	.316	.075

1. Tingkat pengaruh Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, dapat dilihat dari hasil uji-t untuk variable pengaruh harga sebesar 2.737 lebih besar lebih besar dari nilai t tabel sebesar 0,009, dan nilai signifikan sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Mengakibatkan terjadinya pengaruh positif signifikan, oleh karena itu hipotesis pertama diterima.
2. Sedangkan Tingkat pengaruh Lokasi Tingkat signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, dapat dilihat dari nilai t sebesar 1.014 dengan nilai signifikan 0,316, karena propabilitas lebih kecil dibandingkan dengan nilai taraf signifikan 5%, maka model uji t dapat digunakan untuk menduga pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Alfamart.

Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.176	2.15411

Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian melalu....

A. Predictors: (constant), Pengaruh Harga, Pengaruh Lokasi

Koefisien determinasi yang diwakili oleh nilai R^2 sebesar 0,176 atau 17,6% menunjukkan proporsi variable dependent yang dapat dijelaskan oleh variable independent. Dalam hal ini, variable independent menyumbang sekitar 17,6% dari variasi yang diamati oleh variable dependent. Dengan proporsi $<0,25$. Sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak termasuk dalam analisis.

Nilai R^2 memberikan wawasan tentang Tingkat hubungan dan nilai kekuatan prediksi antara variable independent dan juga dependent. Pada penelitian ini, nilai yang diperoleh sebesar 0,176 menandakan hubungan yang lemah antara variable, menunjukkan bahwa variable independent tidak dapat memengaruhi kepuasan pelanggan alfamart. Dengan terdapat factor tambahan diluar cakupan analisis ini yang berkontribusi pada varian yang tersisa dalam variable dependent yang mana dengan penelitian ini sisanya 0,25.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pelanggan

Hasil uji hipotesis secara parsial memperlihatkan hasil perhitungan dari pengaruh harga dengan t_{hitung} yang memiliki besaran 2.737 dan t_{tabel} dengan nilai signifikan sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Mengakibatkan terjadinya pengaruh positif signifikan, oleh karena itu hipotesis pertama diterima. Hasil ini membentuk kesimpulan bahwa ditemukannya pengaruh signifikan antara pengaruh harga terhadap Keputusan pelanggan yang dilakukan Alfamart daerah Cikarang Utara.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan

Hasil uji hipotesis secara parsial memperlihatkan hasil perhitungan dapat dilihat dari nilai t sebesar 1.014 dengan nilai signifikan 0,316, karena probabilitas lebih kecil dibandingkan dengan nilai taraf signifikan 5%. Hasil ini membentuk kesimpulan bahwa ditemukannya pengaruh lokasi terhadap Keputusan pelanggan yang dilakukan Alfamart daerah Cikarang Utara.

Hasil uji hipotesis secara simultan yang memperlihatkan hasil perhitungan dari pengaruh harga dan pengaruh lokasi Keputusan pelanggan. Hal ini membentuk kesimpulan bahwa ditemukannya pengaruh secara simultan antara Harga dan Lokasi terhadap Keputusan pelanggan yang dilakukan Alfamart daerah Cikarang Utara.

SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan lokasi terhadap Keputusan pelanggan. Penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 90 orang. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dihitung, dan dilakukan analisis, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ditemukannya pengaruh positif signifikan antara pengaruh harga dan lokasi yang dilakukan alfamart. Dengan adanya pengaruh harga dan lokasi maka Tingkat Keputusan pelanggan akan semakin tinggi
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan pengaruh signifikan antara harga dan lokasi terhadap Keputusan pelanggan Alfamart daerah Cikarang Utara. Hal ini dikarenakan adanya pandangan negative dari konsumen Alfamart terhadap pelayanan Alfamart dan Pegawai Alfamart yang berpikir bahwa pelayanan tidak dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan itu sendiri.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukannya pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan pelanggan. Semakin baik layanan yang diberikan terhadap pelanggan maka Keputusan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini

membuktikan dengan adanya layanan yang baik maka akan semakin meningkatkan pelanggan dalam memprioritaskan Alfamart sebagai pilihan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

4. Berdasarkan temuan penelitian, kepuasan pelanggan terhadap alfamart daerah cikarang utara dipengaruhi oleh harga dan lokasi alfamart secara Bersama-sama

Referensi :

- bpmid. (2024, mei). *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Pengertian, Perbedaan, dan Kelebihannya*. Diambil kembali dari bpmid.uma.ac.id: <https://bpmid.uma.ac.id/penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-pengertian-perbedaan-dan-kelebihannya/>
- Elisabet Yunita Br Saragih, V. C. (2024). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Batam Selatan. *jurnal Seiko*, 47-55.
- Gischa, S. (2020, januari). *Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya](https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya)
- itsnaini, F. M. (2021, April). *10 Konsep Geografi: Penjelasan dan Contohnya*. Diambil kembali dari [detikedu.com: https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5532678/10-konsep-geografi-penjelasan-dan-contohnya](https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5532678/10-konsep-geografi-penjelasan-dan-contohnya)
- pajak, s. (2023, juni). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha*. Diambil kembali dari [sobatpajak.com: https://www.sobatpajak.com/article/649ab22733e4ece4dab24478/Faktor%20-%20Faktor%20Yang%20Mempengaruhi%20Pemilihan%20Lokasi%20Usaha](https://www.sobatpajak.com/article/649ab22733e4ece4dab24478/Faktor%20-%20Faktor%20Yang%20Mempengaruhi%20Pemilihan%20Lokasi%20Usaha)
- Putri, V. K. (2022, desember). *Sumber Data Primer Dalam Penelitian*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2022/12/17/130000869/sumber-data-primer-dalam-penelitian](https://www.kompas.com/skola/read/2022/12/17/130000869/sumber-data-primer-dalam-penelitian)
- Rini, A. R. (2022, November). *Fungsi Sample Penelitian*. Diambil kembali dari [jagoketik.com: https://jagoketik.com/blog/fungsi-sampel-penelitian/](https://jagoketik.com/blog/fungsi-sampel-penelitian/)
- sampoerna academy. (2022, juli). *Rumus Slovin: Pengertian, Notasi, dan Contoh Soal*. Diambil kembali dari [sampoernaacademy.sch.id: https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumus-slovin/](https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumus-slovin/)
- syahrani, H. (2012). BISNIS WARALABA DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF. *jurnal studi ekonomi*, 131-146.
- Tristiawati, P. (2024, Mei). *Mau Bangun 1000 Gerai Tahun 2024, Seberapa Banyak Uang Yang Dibenamkan Alfamart?* Diambil kembali dari [liputan6.com: https://www.liputan6.com/saham/read/5597947/mau-bangun-1000-gerai-tahun-2024-seberapa-banyak-uang-yang-dibenamkan-alfamart](https://www.liputan6.com/saham/read/5597947/mau-bangun-1000-gerai-tahun-2024-seberapa-banyak-uang-yang-dibenamkan-alfamart)

wahid. (2011, december). *pengertian waralaba*. Diambil kembali dari merdeka.com:
<https://marketing.co.id/pengertian-waralaba/>