

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PASAR MODERN

(Studi Pada Pasar Modern Kelurahan Bandungrejosari, Kecamatan Sukun,
Kota Malang)

Endang Rusmiati

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

e-mail: endru_miamon@yahoo.co.id

Andi Nu Graha

Sri Wilujeng

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK : Penelitian ini merupakan jenis penelitian explanatory research yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel bebas dengan variabel terikat, baik secara parsial maupun secara simultan. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3), sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Sampel yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan pembelian atau sering melakukan pembelian di pasar modern Indomaret, Alfamart dan Alfamidi di Kelurahan Bandungrejosari, Kecamatan Sukun, Kota Malang dengan jumlah 120 orang, yang dipilih menggunakan metode Accidental Sampling melalui pengisian kuesioner. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji F. Hasil analisis menunjukkan, secara parsial variabel Kualitas Layanan ($2.259 > 1,98$) dan variabel Lokasi ($2.410 > 1,98$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), namun variabel Harga ($-2.632 < 1,98$) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Secara simultan variabel Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ($5,652 > 2,68$). Hal ini dapat disimpulkan apabila lokasi lebih mudah dijangkau dan memiliki ruangan yang lebih nyaman maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata kunci – Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian