

# **Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Delvation Store* di Surabaya**

**Sinta Bella Octa Novianti<sup>1</sup>, IGN. Anom Maruta<sup>2</sup>, Awin Mulyati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[Sintabellaocta21@gmail.com](mailto:Sintabellaocta21@gmail.com), [anommaruta@untag-sby.ac.id](mailto:anommaruta@untag-sby.ac.id), [awin@untag-sby.ac.id](mailto:awin@untag-sby.ac.id)

## **Abstract**

*The growth of diverse businesses and business ventures especially in similar companies. Fashion trend models that are growing every year make the Delvation Store fashion store provide innovation and product completeness as well as the Delvation Store Surabaya, starting from clothing, bags, and women's hijabs. Price is a very influential factor in considering consumer decisions to buy a product. In addition to product attributes, product attributes are also influential in determining consumer desires because they guarantee that the product can meet the needs and desires of buyers. Location can also be a consideration in making purchasing decisions. This study aims to determine and analyze the effect of price, product attributes, and location on the decision to purchase products at the Delvation Store Fashion in Surabaya. using a questionnaire as a research instrument. The population in this study were people who had bought fashion products at the Delvation Store Surabaya. This study used the accidental sampling method as a sampling technique and determined 100 respondents to be used as samples. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results obtained from the data analysis test in this study indicate that price, product attributes, and location have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords: Price, Product Attributes, Location, and Purchase Decision**

## **Abstrak**

Tumbuhnya bisnis yang beragam Para pebisnis terutama di bidang *fashion* terus melakukan riset mengenai produk yang sedang digemari saat sesuai dengan Kebutuhan anak remaja saat ini. model *trend Fashion* yang setiap tahun semakin berkembang membuat toko *fashion Delvation Store* memberikan inovasi dan kelengkapan produk seperti halnya di *Delvation Store* Surabaya mulai dari outfit pakaian, tas, dan hijab wanita. Harga termasuk faktor yang sangat berpengaruh dalam pertimbangan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Ditambah lagi Atribut Produk, Atribut produk juga berpengaruh dalam menentukan keinginan konsumen karena yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli. Lokasi juga dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai Pengaruh Harga, Atribut Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Delvation Store* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan media kuesioner sebagai instrumen penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli produk *fashion* di *Delvation Store* Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* , menetapkan 100 orang responden untuk dijadikan sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari uji analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Atribut Produk, dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Harga, Atribut Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian**

## **Pendahuluan**

Tumbuhnya bisnis yang beragam dan usaha bisnis yang ada dimana-mana bahkan hampir disetiap sudut membuat persaingan yang semakin ketat terutama pada perusahaan sejenis. Ketatnya persaingan menuntut setiap perusahaan untuk mengeluarkan kemampuan yang dimiliki. Para Pembisnis terutama di Bidang Fashion terus melakukan Riset mengenai Produk yang sedang Digemari Saat Ini Untuk terus mengembangkan produk dan menciptakan produk yang pastinya laris di pasaran yang sesuai dengan Kebutuhan Anak Remaja saat ini. model trend Fashion yang setiap tahun semakin berkembang membuat toko fashion Delvation Store kian memberikan Inovasi dan Kelengkapan produk seperti halnya Di toko Delvation Store Mulai dari Outfit pakaian, tas, dan hijab Wanita. Dengan berbagai ragam model yang ditawarkan membuat Toko *Fashion Delvation Store* ini tak pernah sepi oleh pembeli.

Melihat perkembangan fashion saat ini yang semakin banyak model membuat saya tertarik meneliti toko ini karena melihat toko selalu ramai pembeli rata rata perhari ratusan hingga ribuan orang yang dipublikasikan di Media Instagram @*Delvationstore* (Pengunjung Delvationstore yang kian membludak hingga memadati area parkir Handmadeshoesby dan Delvation Store perharinya). Dan dari Media [www.kasirpulsa.com](http://www.kasirpulsa.com) menjelaskan bahwa saat ini kapasitas produksinya mencapai 6000-7000 buah per hari yang berasal dari UMKM yang tersebar di sekitaran Mojokerto, Tanggulangin, Bojonegoro, Nganjuk, dan Lamongan. Berdasarkan latar belakang dan kondisi yang ditemukan di lapangan, sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran agar konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian di Delvation store Surabaya. Di dalam penyusunan proposal ini penulis tertarik untuk mengambil judul: “Pengaruh harga, atribut produk dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Delvation Store Surabaya”.

Menurut Buchari Alma (2014:169) harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Kotler (2008:152) menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli.

Menurut Tjiptono (2014:13) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:30) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

## **Metode Penelitian**

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2017:7) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Alasan menggunakan metode survei dalam penelitian ini yaitu alat pengumpulan data yang utama adalah kuesioner. Kuesioner tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, atribut produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk fashion Delvation Store di Surabaya.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Uji Validitas**

#### **Tabel 2.1**

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
Atribut Produk (X2)	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
	X3.5	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,000	Valid
	Y.2	0,000	Valid
	Y.3	0,000	Valid
	Y.4	0,000	Valid

bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Valid artinya seluruh item pernyataan sesuai dengan keabsahan dan keakuratan data dalam mengukur variabel harga, atribut produk, lokasi, dan keputusan pembelian.

## 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Nilai	Keterangan
Harga (X1)	0,825	0,6	Reliabel
Atribut Produk (X2)	0,862	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,871	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,869	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel harga sebesar 0,825, atribut produk sebesar 0,862, lokasi sebesar 0,871, dan keputusan pembelian sebesar 0,869. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga dapat dinyatakan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliable.

## 3. Uji T

Variabel	t		Signifikansi		Keterangan
	t hitung	t tabel	Sig.	Probabilitas	
Harga	3,012	1,98498	0.003	0,05	Berpengaruh secara signifikan
Atribut Produk	5,543	1,98498	0.000	0,05	Berpengaruh secara signifikan
Lokasi	2,202	1,98498	0.030	0,05	Berpengaruh secara signifikan
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Pengaruh variabel Harga (X1) terhadap variabel

Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar  $3,012 > t$  tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasi sebesar  $0,003 < 0,05$  yang artinya variabel Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Pengaruh variabel Atribut Produk (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar  $5,543 > t$  tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel Atribut Produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Pengaruh variabel Lokasi (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,202 > t$  tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasi sebesar  $0,030 < 0,05$  yang artinya variabel Lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

#### 4. Uji F

Model	F		Sig.	Keterangan
	F hitung	F tabel		
Regression	53.266	2,70	0.000 <sup>b</sup>	Berpengaruh secara simultan dan signifikan
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Atribut Produk, Harga				

Hasil uji F pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 53,266 dan F tabel sebesar 2,70 maka F hitung sebesar  $53,266 > F$  tabel sebesar 2,70 serta nilai signifikasi sebesar  $0.000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa H4 diterima karena variabel Harga (X1), Atribut Produk (X2), Lokasi (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

#### 5. Uji R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.790 <sup>a</sup>	0.625	0.613	1.590
a. Predictors: (Constant), Harga, Atribut Produk, Lokasi				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

tabel nilai  $R^2$  sebesar 0.250 atau 25%. Nilai tersebut mempunyai arti bahwa variabel Harga, Atribut Produk, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 62,5%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh signifikan terhadap Y sebesar 62,5% sedangkan sisanya 37,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

### Penutup

#### Kesimpulan

1. Harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Delvation Store* di Surabaya, hasil dari responden menyatakan bahwa indikator variabel Harga memiliki nilai mean tertinggi menurut responden terletak pada indikator keterjangkauan harga produk yang berarti bahwa

- responden setuju jika harga produk *fashion* di Delvation Store Surabaya mudah dijangkau oleh semua kalangan baik menengah ke bawah maupun menengah ke atas.
2. Atribut Produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Delvation Store di Surabaya, hasil dari responden menyatakan bahwa indikator yang memiliki nilai mean tertinggi menurut responden terletak pada indikator gaya dan desain produk yang artinya adalah bahwa responden setuju jika gaya dan desain produk *fashion* di Delvation Store Surabaya sangat kekinian atau mengikuti *trend* yang ada.
  3. Lokasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Delvation Store di Surabaya, hasil dari responden menyatakan bahwa indikator yang memiliki nilai mean tertinggi menurut responden terletak pada indikator visibilitas yang artinya adalah bahwa responden sangat setuju jika lokasi Delvation Store Surabaya terletak pada lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jalan.
  4. Harga, Atribut Produk dan Lokasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Delvation Store di Surabaya. Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga, Atribut Produk, dan Lokasi di Delvation Store Surabaya ditingkatkan maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen.

#### Saran

##### Bagi Perusahaan Delvation Store Surabaya

1. Rekomendasi meningkatkan manfaat produk sesuai dengan harga yang dibandrol. Apabila konsumen merasa puas dengan manfaat produk sesuai dengan harga yang dibayarkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. direkomendasikan kepada perusahaan untuk terus meningkatkan dan/atau melakukan inovasi atribut produk guna menciptakan pembeda dengan produk pesaing untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, seperti kualitas produk menggunakan bahan baku yang premium, menambah fitur produk yang belum ada sekarang serta memiliki gaya dan desain produk yang unik sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Rekomendasi yang diberikan kepada penulis untuk Delvation Store Surabaya adalah memperluas lahan usahanya untuk tujuan ekspansi di masa depan agar tata letak produk *fashion* Delvation Store Surabaya memudahkan konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.

#### Daftar Pustaka

- Agustin, A. W., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2021). Pengaruh Harga Inovasi Produk Dan Promosi Melalui Media *Online* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Di Toko Handmade Shoes Surabaya). *Jurnal Dinamika Bisnis*, 07(01), 17.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, & Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kotler, dan Amstrong, 2008 *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta Salemba Empat.
- Kotler, & Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.