

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN LAUT DILOSS IKAN BAPAK DEDI (PASAR BARU BALIKPAPAN)

Nikmah Khairunnisa Kamir¹, Sukimin², Nina Indriastuty³

Prodi Manajemen Universitas Balikpapan

nisa65699@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan laut diloss Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan). Data yang digunakan merupakan pengumpulan berdasarkan tekniknya yakni wawancara dan *kuesioner*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen yakni menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan menggunakan uji parsial (t). Hasil analisis variabel Kualitas Produk, variabel Harga dan variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dalam pembelian ikan laut diloss Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan).

Kata Kunci : Kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, price and location on the purchasing decision of Mr. Dedi's diloss marine fish (Pasar Baru Balikpapan). The data used is a collection of techniques based on interviews and questionnaires. The data analysis method used is an instrument test using validity test, reliability test, classical assumption test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test and using partial test (t). The results of the analysis of the Product Quality variable, Price variable and Location variable have a significant influence on the purchasing decision variables in the purchase of Mr. Dedi's diloss marine fish (Pasar Baru Balikpapan).

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

PENDAHULUAN

Wilayah pesisir laut Kota Balikpapan masih menyimpan potensi sumber daya yang terbarui (*renewable resources*) khususnya potensi sumber daya perikanan yang belum dimanfaatkan secara optimal. Selain itu kawasan pesisir dan laut juga memiliki berbagai fungsi ekonomi, antara lain dipergunakan untuk aktivitas pemanfaatan sumberdaya perikanan, pertambangan, pertanian, rekreasi dan pariwisata, kawasan industri, permukiman serta pelabuhan/transportasi. Pembangunan yang berbasis potensi daerah menjadi relevan untuk dikaji dan didorong pengembangannya. Dalam hal ini Kota Balikpapan yang memiliki potensi perikanan dan kelautan yang cukup besar bisa memainkan peran strategis dalam menopang dan membangun pondasi ekonomi kota yang kuat.

Pada umumnya masyarakat nelayan Kota Balikpapan masih mengandalkan kegiatan perikanan tangkap sampai sekarang, sedangkan kapasitas ruang dan volume ikan semakin berkurang. Hal ini disebabkan CO_2 meningkat. Direktorat Jenderal Cipta Karya, (2016)

Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena banyak mengandung protein hewani. Jenis ikan yang sering dikonsumsi beraneka ragam jenisnya. Jenis ikan yang dipasarkan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu ikan atau hasil perikanan dalam keadaan segar atau sering disebut ikan segar dan dalam bentuk olahannya. Ikan segar dapat berupa ikan laut maupun ikan air tawar. Beberapa jenis ikan yang sekarang ini ada di pasaran adalah ikan bandeng, kakap, gurame, nila, layang, cakalang, dan berbagai jenis ikan lainnya yang masih dalam bentuk segar (Imtihan & Irwandi, 2021).

Ikan pada umumnya dan ikan laut pada khususnya merupakan bahan pangan yang kaya akan yodium. Zat ini diperlukan oleh tubuh untuk dapat membentuk hormon tiroksin. Kandungan yodium yang terkandung dalam ikan mencapai 83 mikrogram/100 gram ikan. Sementara daging hanya mengandung 5 mikrogram/100 gram. Dengan demikian konsumsi ikan laut yang tinggi dapat mencegah penyakit Gangguan Akibat Kurangnya Konsumsi Yodium (GAKY). Selain mengandung protein, ikan yang kaya akan mineral seperti kalsium, fosfor yang diperlukan untuk pembentukan tulang, serta zat besi yang diperlukan untuk pembentukan hemoglobin darah. Sementara kandungan lemak pada ikan sebesar 70% terdiri dari asam lemak tak jenuh (*Unsaturated Fatty Acid*), sedangkan pada daging sebagian besar terdiri dari asam lemak jenuh (*Saturated Fatty Acid*) Direktorat Jenderal Cipta Karya, (2016). Ikan adalah bahan pangan yang mengandung protein tinggi, yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena selain mudah dicerna, juga mengandung asam amino dengan pola yang hampir sama dengan asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia. (Direktorat Jenderal Cipta Karya, 2016)

Verry Cvasmoro & Fransischa Sri Rejeki, (2017) perkembangan globalisasi saat ini membuat persaingan bisnis menjadi ketat. Banyaknya kompetitor membuat para pelaku bisnis harus memiliki strategi-strategi khusus dalam mengembangkan usahanya. Strategi khusus tersebut biasanya dilakukan pelaku bisnis dengan cara pengembangan produk dengan kualitas baik, harga terjangkau, dan lokasi yang memadai pelaku bisnis dapat mencapai target sasaran penjualan.

Yastin, (2019) Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah dengan bagaimana mereka menerapkan kualitas produk itu dapat dipasarkan di masyarakat.

Salman, (2021) Untuk mendapatkan pangsa pasar yang baik, perusahaan harus menentukan terlebih dahulu lokasi strategis yang dekat dengan pusat keramaian. Umumnya, lokasi yang dekat dengan pusat keramaian akan dipenuhi oleh pesaing di bidang usaha yang sama. Maka dari itu perusahaan harus mampu menciptakan hal yang berbeda dibanding pesaing lainnya. Bisa berupa, kualitas produk yang lebih unggul maupun harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sesuatu.

Mihing, (2021) konsumen sangat berperan penting dalam bisnis, karena dengan banyaknya konsumen yang membeli produk maka akan menghasilkan sebuah profit atau kepuasan tersendiri bagi pebisnis. Penjual harus dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti lokasi yang nyaman dan bersih, harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dan kualitas yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

U. Fadilah (2017) menyebutkan bahwa Harga (*price*) adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan, jadi harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan. Disisi lain harga (*price*) juga merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan. Oleh karena itu harga harus ditetapkan. Harga juga dapat

mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk. Dari harga tersebut konsumen dapat merasakan manfaat atau nilai dari produk yang telah dibelinya. Dan konsumen akan semakin puas apabila manfaat dari produk tersebut sebanding atau lebih dari nominal yang mereka keluarkan.

Fenomena yang dihadapi diloss Bapak Dedi adalah berkaitan dengan adanya daya saing dari antar pedagang terhadap tingkat harga dan kualitas produk serta penempatan lokasi dalam proses transaksi jual beli. Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik ingin mengkaji pengaruh kualitas, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian Ikan Laut di loss ikan Bapak Dedi Pasar Baru Balikpapan.

KAJIAN TEORI

Keputusan Pembelian

Sholihat, (2018) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

Kualitas

Rustiana & Kurniawan, (2020) Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sangat erat kaitannya. Konsumen pasti ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas yaitu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga akan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Berkaitan dengan hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tersebut diyakinkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Arianto & Satrio, (2020) yang menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian kualitas produk yang baik akan membuat konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian, namun jika kualitas produk tersebut jelek maka kemungkinan konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut.

Harga

Rustiana & Kurniawan, (2020) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk jasa.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga juga dapat mencerminkan kualitas produk yang bersangkutan. Kualitas produk yang tinggi biasanya akan diikuti dengan harga yang tinggi pula, disamping itu dalam melakukan pembelian konsumen akan membandingkan harga di tempat lain juga. Hal ini telah diteliti oleh penelitian terdahulu oleh Arianto & Satrio, (2020) yang menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi (*word of mouth*) terhadap keputusan pembelian yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Persepsi yang sering dilakukan konsumen adalah harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Lokasi

Susilowati, (2017, p. 124) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Lokasi merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu bisnis. Penentuan lokasi yang tepat akan menjadi kunci kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung bahkan berbelanja. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Hal ini juga berkaitan dengan yang dilakukan penelitian terdahulu oleh Arianto & Satrio, (2020) dalam menganalisis pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, yang menyatakan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian pemilihan lokasi yang tepat akan menjadi daya tarik konsumen untuk berkunjung ke toko karena lokasi yang dekat dengan pemukiman dan akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dibatasi pada Pengaruh kualitas Produk, Harga Ikan, dan Tempat. pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *Nonprobability Sampling* ini meliputi beberapa teknik dan salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Sampling Insidental*, yang artinya adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Lokasi loss ikan bapak dedi berada di Pasar Baru Balikpapan berlokasi di jalan Jenderal Sudirman Klandasan Ilir kecamatan Balikpapan Kota. Dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 5.400 Populasi, dan masa pembelian bulan Juli – Desember 2021. Jadi dapat diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 359 responden. Sehingga untuk melakukan penelitian ini akan dicari 359 responden yang melakukan keputusan pembelian di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan) dengan menggunakan kuesioner atau wawancara.

Metode Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Dari hasil penghitungan komputer dengan menggunakan bantuan program SPSS 23 *license Authorization Wizard*, didapatkan 6 nilai koefisien korelasi skor butir item dengan skor total butir item adalah sebagaimana tabel 1

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,624	0,361	Valid
	X1.2	,0,559	0,361	Valid
	X1.3	0,568	0,361	Valid
Harga	X2.1	0,424	0,361	Valid
	X2.2	0,476	0,361	Valid
	X2.3	0,510	0,361	Valid
Lokasi	X3.1	0,756	0,361	Valid
	X3.2	0,854	0,361	Valid
	X3.4	0,822	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0,395	0,361	Valid
	Y1.2	0,676	0,361	Valid
	Y1.3	0,559	0,361	Valid

Sumber : Output SPSS.23

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua indicator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena setiap indicator memiliki nilai r hitng lebih besar dari r tabel.

Hasil Uji Reliabilittas

Uji reliabilitas digunakan dengan cara *Alpha Cronbach*, yaitu jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 dengan taraf signifikan 0,05 maka pengukuran dapat dikatakan reliabel sedangkan jika nilai *Alpha Cronbach* < 0,60, maka pengukuran dapat dikatakan tidak reliabel. Hasil reability analysis berdasarkan SPSS 23 *license Authorization Wizard*, diperoleh sebagai mana pada tabel 2

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Hasil
1	Kualitas Produk	0,754	0,600	Reliabel
2	Harga	0,675	0,600	Reliabel
3	Lokasi	0,903	0,600	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,894	0,600	Reliabel

Sumber : Output SPSS.23

Deskripsi Variabel Penelitian
Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3
Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	Jawaban	Jumlah	Persentase	Total
Pengenalan Masalah	a.Sangat setuju	174	49%	100%
	b.Setuju	180	50%	
	c.Ragu-Ragu	4	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Pencarian Informasi	a.Sangat Setuju	162	45%	100%
	b.Setuju	193	54%	
	c.Ragu-Ragu	4	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Keputusan Pembelian	a.Sangat Setuju	166	46%	100%
	b.Setuju	191	53%	
	c.Ragu-Ragu	2	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Output SPSS.23

Kualitas Produk

Tabel 4
Terhadap Variabel Kualitas Produk (X₁)

Indikator	Jawaban	Jumlah	Persentase	Total
Daya Tahan	a.Sangat setuju	179	50%	100%
	b.Setuju	175	49%	
	c.Ragu-Ragu	4	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Keistimewaan Produk	a.Sangat Setuju	149	42%	100%
	b.Setuju	204	57%	
	c.Ragu-Ragu	6	2%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Kemampuan Produk	a.Sangat Setuju	159	44%	100%
	b.Setuju	197	55%	
	c.Ragu-Ragu	3	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Output SPSS.23

Harga

Tabel 5
Terhadap Variabel Harga (X₂)

Indikator	Jawab	Jumlah	Persentase	Total
Keterjangkauan Harga	a.Sangat setuju	161	45%	100%
	b.Setuju	195	54%	
	c.Ragu-Ragu	3	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	a.Sangat Setuju	138	38%	100%
	b.Setuju	219	61%	
	c.Ragu-Ragu	2	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Daya Saing Harga	a.Sangat Setuju	135	38%	100%
	b.Setuju	219	61%	
	c.Ragu-Ragu	5	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Output SPSS.2

Lokasi

Tabel 6
Terhadap Variabel Lokasi (X₃)

Indikator	Jawaban	Jumlah	Persentase	Total
Jarak Penglihatan	a.Sangat setuju	160	45%	100%
	b.Setuju	194	54%	
	c.Ragu-Ragu	5	1%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Akses	a.Sangat Setuju	136	38%	100%
	b.Setuju	216	60%	
	c.Ragu-Ragu	7	2%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	
Posisi Dari Jalan	a.Sangat Setuju	147	41%	100%
	b.Setuju	203	57%	
	c.Ragu-Ragu	9	3%	
	d.Tidak Setuju	0	0%	
	e.Sangat Tidak Setuju	0	0%	

Sumber : Output SPSS.23

ANALISIS DATA

Uji Asumsi Klasik

Perolehan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah multikolinieritas yang menyatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam tabel 7 berikut.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Syarat	Keterangan
1	Kualitas Produk (X_1)	1,891	10	Non Multikolinieritas
2	Harga (X_2)	1,951	10	Non Multikolinieritas
3	Lokasi (X_3)	1,838	10	Non Multikolinieritas

Sumber : Output SPSS.23

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai propabilitas setiap variabel independen, yaitu jika propabilitas $> 0,5$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas sedangkan jika propabilitas $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas yang menyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas terdapat dalam tabel 8 berikut.

Tabel 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Beta	Sig	Hasil
1	Kualitas Produk (X_1)	0,218	0,05	Non Heteroskedastisitas
2	Harga (X_2)	0,330	0,05	Non Heteroskedastisitas
3	Lokasi (X_3)	0,161	0,05	Non Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS.23

Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi

Keterangan	Nilai
Du	1,8382
Dl	1,8159
dW	1,857
4-Du	2,1617
$dU < dW < 4 - dU$	$1,8382 < 1,857 < 2,1617$

Sumber : Output SPSS.23

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.13 dinyatakan tidak terjadi autokorelasi, karena diperoleh nilai dW sebesar 1,857 lebih besar dari pada batas dU yaitu 1,8382 dan lebih kecil dari 4-dU yaitu 2,1617

Analisis Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda menggunakan program SPSS.23 pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Regresi Linier Berganda Dan Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig	Correlations		
	B	Std Error	Beta			Zero-Order	Partial	Part
(Constant)	1,116	0,226		4,935	0,000			
X1	0,235	0,062	0,218	3,807	0,000	0,524	0,198	0,159
X2	0,361	0,064	0,330	5,660	0,000	0,568	0,288	0,236
X3	0,160	0,056	0,161	2,851	0,005	0,497	0,150	0,119
R = 0,618 R Square = 0,382 Adjust R Square = 0,377 Std. Error Of the Estimate = 0,34093				Sig = 0,000 t tabel = 1,966				

Sumber : Output SPSS.23

Berdasarkan hasil perhitungan yang menggunakan SPSS.23 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 1,116 + 0,235 X_1 + 0,361 X_2 + 0,160 X_3 + e$

Berdasarkan persamaan regresi diatas konstanta sebesar 1,116 artinya variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) dengan kondisi konstan atau tetap maka Keputusan Pembelian (Y) pada Ikan Laut Di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan) yang dicapai adalah sebesar 1,116.

Hubungan variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah positif dengan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,235 hal ini menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar satu-satuan, maka ada rata-ratanya yang akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,235 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) dalam keadaan konstan dan tetap.

Hubungan variabel Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah positif dengan koefisien regresi (b_2) sebesar 0,361 hal ini menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan variabel Harga (X_2) sebesar satu-satuan, maka ada rata-ratanya yang akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,361 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) dalam keadaan konstan dan tetap.

Hubungan variabel Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah positif dengan koefisien regresi (b_3) sebesar 0,160 hal ini menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan variabel Lokasi (X_3) sebesar satu-satuan, maka rata-ratanya akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,160 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) dalam keadaan konstan dan tetap.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh koefisien korelasi (R) = 0,618 nilai mendekati angka 1 berarti terdapat adanya hubungan cukup kuat antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Ikan Laut Di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan).

Koefisien determinasi (R^2) = 0,382 nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Ikan Laut Di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan) sebesar 38,2 % dan sisanya 61,8% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak masuk analisis penelitian.

Adjusted R Square = 0,377 artinya nilai menunjukkan 37,7% variabel Keputusan Pembelian (Y) Ikan Laut Di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan) dapat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3).

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dalam pembelian ikan laut di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan), sehingga hipotesis pertama terbukti dan dapat diterima. (2) Bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dalam pembelian ikan laut di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan), sehingga hipotesis kedua terbukti dan dapat diterima. (3) Bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dalam pembelian ikan laut di loss ikan Bapak Dedi (Pasar Baru Balikpapan), sehingga hipotesis ketiga terbukti dan dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Direktorat Jendral Cipta Karya. (2016). Profil Kota Balikpapan. *Laporan Teknis Pendampingan Penyusunan Dokumen RPJM*, 1–23.
- Imtihan, I., & Irwandi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ikan Asin Di Kota Padang. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16(1), 75. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i1.8534>
- Mihing, shairen octavia. (2021). *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lalulalang Cafe Di Surabaya Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43.
- Salman, juwita rahma dan paludi. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 18(01), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Sholihat, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. 5(1), 1–15.
- Susilowati, D. (2017). *Manajemen Operasional*.
- U. Fadilah. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada “Cafe Bima” Bandung Tulungagung. *Simki-Economic*, 01(10), 1–14.
- verry Cvasmoro & fransischa Sri rejeki. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald's Sukahati Cibinong Verry Cvasmoro 1 , Fransischa Sri Rejeki 2 Dosen STEIN, Jakarta 1 , Mahasiswa STEIN, Jakarta 2. XII(2)*.
- Yastin, U. & S. L. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Haagen-Dazs Kota Kasablanka Jakarta. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 14(1), 1–17.