

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Peneliti mengolah data hasil angket yang disebarakan secara langsung kepada konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung. Jawaban yang diperoleh dikelola dan dianalisis datanya menggunakan SPSS 22.0 dengan hasil sebagai berikut:

#### **A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Hasil ini diperoleh dari penyebaran angket atau kuisisioner kepada konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung secara langsung.

Dengan asumsi bahwa jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti ada pengaruh secara parsial (individu) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel harga menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,080 > 1,984$ ) atau ( $sig. 0,000 < 0,05$ ), yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan di Pasar Kliwon Tulungagung, maka akan menaikkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk di Pasar Kliwon Tulungagung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Iffa Ainurozi pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee”. Dengan hasil variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar.<sup>92</sup> Bagi konsumen, harga merupakan biaya yang dikeluarkan atau dibelanjakan untuk mendapatkan nilai atau manfaat dari barang atau jasa yang dibeli.<sup>93</sup>

Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Dalam penetapan harga, produsen harus memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga yang berkaitan dengan elastitas harga dan ekspektasi harga.<sup>94</sup> Dalam menetapkan harga sebaiknya memeperhitungkan daya beli dan variabel lain yang dipengaruhi harga.

Harga menjadi aspek yang sangat penting karena umumnya konsumen menjadikan harga sebagai pertimbangan utama sebelum melakukan keputusan pembelian. Mengingat sifatnya yang sangat fleksibel, ada baiknya selalu mengikuti dinamika pasar agar bisa menetapkan harga pada level yang tepat. Dimana harga tetap bisa diterima masyarakat namun juga tetap menghasilkan keuntungan.

---

<sup>92</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 38

<sup>93</sup> Ujang Sumarwan, *Pemasaran Strategik: Prespektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, (Bogor: IPB Press, 2015), hal. 63

<sup>94</sup> Husni Muharram Ritongga, dkk., *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*, (Medan: CV Manhaji, 2018), hal. 102-103

Harga adalah uang yang harus di bayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari barang maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual (Kasmir). Berdasarkan hasil penelitian dan teori bahwa harga di Pasar Kliwon Tulungagung terjangkau untuk setiap kalangan konsumen. Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Pasar Kliwon Tulungagung.

#### **B. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Hasil ini diperoleh dari penyebaran angket atau kuisisioner kepada konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung secara langsung.

Variabel harga menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,886 > 1,984$ ) atau ( $sig. 0,005 < 0,05$ ), yang berarti keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin beragam produk yang dijual, maka akan menaikkan keputusan pembelian produk di Pasar Kliwon Tulungagung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nadhifia Hibatullah pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di TB. Rejeki Agung Surabaya”. Dengan hasil variabel keragaman produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keragaman produk adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif, sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen.<sup>95</sup>

Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya dengan keberlangsungan proses pemasaran. Keragaman produk diperlukan dalam pemasaran karena menawarkan berbagai macam pilihan kepada konsumen.

Keragaman produk meliputi lebar, kedalaman, keluasan dan konsistensi bauran produk (Kotler dan Keller). Berdasarkan hasil penelitian dan teori bahwa keragaman produk di Pasar Kliwon Tulungagung memiliki lebar, kedalaman, keluasan dan konsistensi bauran produk

### **C. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Hasil ini diperoleh dari penyebaran angket atau kuisisioner kepada konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung secara langsung.

---

<sup>95</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran...*, hal. 31

Variabel harga menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,164 > 1,984$ ) atau ( $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ ), yang berarti lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin strategis, nyaman dan aman lokasi Pasar Kliwon Tulungagung, maka akan semakin banyak konsumen yang memutuskan untuk berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eko Arifianto pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang”. Dengan hasil variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangan. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>96</sup>

Lokasi menjadi elemen penting dalam terjadinya keputusan pembelian. Lokasi merupakan salah satu hal yang penting untuk dipertimbangkan pedagang karena lokasi juga menentukan kesuksesan suatu usaha. Dan lokasi menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam melakukan

---

<sup>96</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hal.129

pembelian. Bagi konsumen lokasi yang baik adalah lokasi yang letaknya strategis dan efisien.

Kemudahan untuk akses transportasi dalam penentuan lokasi penting untuk diperhatikan, karena konsumen tentu akan memikirkan cara untuk sampai ke tempat tujuan. Akses parkir untuk para konsumen juga sangat diperlukan karena dewasa ini mayoritas konsumen akan mengunjungi tempat belanja dengan menggunakan kendaraan. Ketidaktersediaan akses parkir yang strategis dan memadai, akan mempengaruhi minat dari konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori bahwa lokasi di Pasar Kliwon Tulungagung sangat strategis sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkaunya serta memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai seperti tempat parkir yang luas, toilet dan mushola sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk memutuskan berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung.

#### **D. Pengaruh Harga, Kergaman Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel harga, keragaman produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Hasil ini diperoleh dari penyebaran angket atau kuisisioner kepada konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung secara langsung.

Dengan asumsi bahwa jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti ada pengaruh secara simultan (bersamaan) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti tidak ada pengaruh secara simultan (bersamaan) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian diperoleh  $F_{hitung}$  46,924 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,31. Nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan “harga, keragaman produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung” telah diterima.

Pengaruh yang diberikan ketiga variabel tersebut bersifat positif artinya semakin harga terjangkau, semakin produk yang dijual beragam dan semakin strategis lokasi maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian produk di Pasar Kliwon Tulungagung. Diketahui pula Adjusted R Square pada penelitian ini sebesar 0,582. Hal ini menunjukkan besarnya harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung sebesar 58%, sedangkan sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nana Putriana Lubis pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Pasar Inpres 1 Kisaran”. Dengan hasil variabel keragaman produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2013), keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi atas merk yang ada di dalam kumpulan pilihan. Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>97</sup>

Menurut Kotler indikator indikator keputusan pembelian yaitu; (1) Tujuan dalam membeli sebuah produk, (2) Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, (3) Kemantapan pada sebuah produk, (4) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan (5) Melakukan pembelian ulang.<sup>98</sup> Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Dari hasil uji terlihat bahwa variabel yang paling dominan dari variabel harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

Pasar Kliwon Tulungagung tetap masih bisa bertahan di tengah berkembang pesatnya pasar modern di Kabupaten Tulungagung. Pasar Kliwon Tulungagung memperhatikan faktor-faktor yang dianggap penting oleh para konsumen seperti harga, keragaman produk dan lokasi. Pasar Kliwon Tulungagung terus memperbaiki faktor-faktor tersebut agar konsumen tidak beralih ke pasar modern.

---

<sup>97</sup> Etta Mamang Sangajdi dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Andi Offset: Yogyakarta, 2013), hal 332

<sup>98</sup> *Ibid.*, 75