

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CITROULI
SWALAYAN BABARSARI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

DARIUS ROWA NYANYI

11180478

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGANTAR

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Prodi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

DISUSUN OLEH:

DARIUS ROWA NYANYI

11180478

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Darius Rawa Nyangsi
NIM/NIP/NIDN : 11180978
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Citrauli Swalayan Balarsari Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.

i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

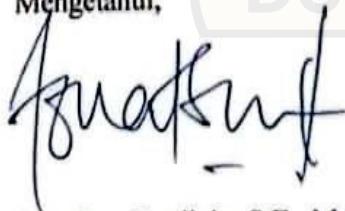
- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol/no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository @staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 25 Juni 2025

Mengetahui,



Jonathan Herdioko S.E., M.M.

NIDN/NIDK: 0052210710 |

Yang menyatakan,


METRA TEMPEL
36DAMX355940667

Darius Rowa Nyanyi

NIM: 11180478

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skrpsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CITROULI
SWALAYAN BABARSARI YOGYAKARTA”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DARIUS ROWA NYANYI

11180478

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada 23 Juni 2025

Nama Dosen

1. Drs. Sisnuhadi, M.B.A., Ph.D.
(Dosen Penguji)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.PD., Dipl.Secr., M.M.
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko S.E., M.M.
(Ketua Tim/Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, *26 Juni 2025*

Disahkan Oleh

UTA WACANA

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAPA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
CITROULI SWALAYAN BABARSARI YOGYAKARTA”**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain pada perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta , 21 Mei 2025



Darius Rowa Nyanyi

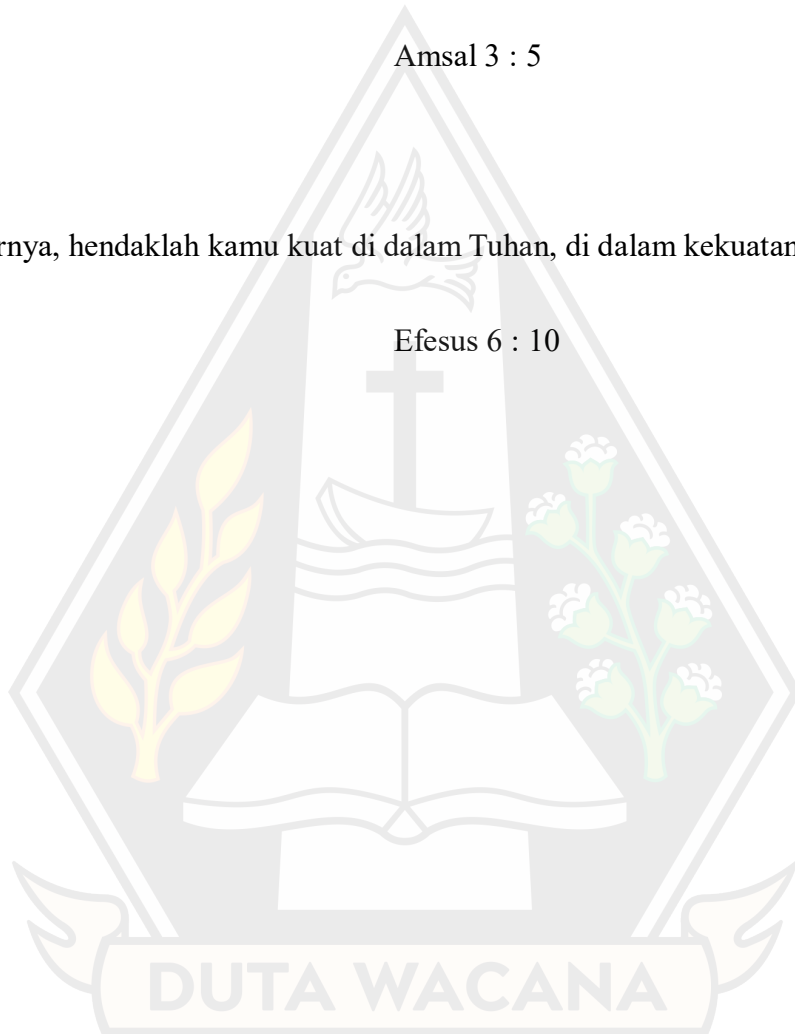
HALAMAN MOTO

Percayalah kepada TUHAN dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri.

Amsal 3 : 5

Akhirnya, hendaklah kamu kuat di dalam Tuhan, di dalam kekuatan kuasa-Nya.

Efesus 6 : 10



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh terima kasih dan rasa syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerah yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi ini. Atas penyertaan yang Tuhan berikan sehingga boleh melewati proses-proses selama pengerjaan skripsi.

Orang tua penulis Bapak Herman H. Nyanyi dan Ibu Ester R. Holi yang terus mendukung, motivasi dan semangat yang tidak ada habisnya sehingga penulis dapat menyelesaikan juga skripsi ini. Semoga Tuhan selalu menyertai kedua orang tua serta selalu sehat dan umur yang Panjang.

Kepada Dosen wali Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama proses perkuliahan.

Dosen pembimbing skripsi Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. penulis ucapkan terima kasih atas segala arahan dan bimbingan selama proses pengerjaan skripsi penulis sehingga boleh dapat di selesaikan.

KATA PENGANTAR

Patut saya panjatkan puji dan Syukur kepada Tuhan yesus atas segala penyertaan dan anugerahnya selama proses pengerjaan skripsi. Berkat penyertaan Tuhan sehingga penulis boleh menyelesaikan skripsi ini dengan judul pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Pada citrouli swalayan babarsari yogyakarta boleh dapat diselesaikan skripsi dengan baik.

Untuk menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dukungan serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis terus memiliki semangat dalam pengerjaan skripsi. Berkat semangat dan disiplin yang tidak ada hentinya boleh dapat diselesaikan skripsi dengan baik.

Dosen pembimbing Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM yang selalu meluangkan waktunya dan tenaga serta terus memberikan bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi sehingga skripsi boleh di kerjaan dengan baik.

Keluarga serta teman-teman penulis yang tidak saya sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan semangat yang di berikan sehingga penulis boleh terus mengerjakan skripsi serta dapat meyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi memiliki kekurangan sehingga tidak dapat dikatakan sempurna. Oleh sebab itu penulis membutuhkan saran serta kritik yang membangun sehingga boleh menjadi bahan evaluasi. Kiranya Skripsi ini boleh bermanfaat bagi penulis dan pembaca

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Darius Rowa Nyanyi



DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual	23
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan sampel	26
D. Variabel Penelitian	29
E. Jenis dan Sumber Data	35
F. Teknik pengumpulan data	36
G. Metode Analisis Data	37
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Uji Kualitas Instrumen	43

B. Identitas Responden	45
C. Uji Statistik	50
D. Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional	34
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas dari Item – Item Variabel	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Item – Item Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan umur	46
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan pendapatan	47
Tabel 4. 6 Responden berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4. 7 Responden berdasarkan pekerjaan.....	49
Tabel 4. 8 Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 10 Uji F	54
Tabel 4. 11 Uji t	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	23
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	68
Lampiran 2 hasil uji 30 data	72
Lampiran 3 Hasil Uji 100 Data.....	74
Lampiran 4 Data Responden	75
Lampiran 5 Halaman persetujuan	85
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Skripsi	86
Lampiran 7 Lembar revisi	87
Lampiran 8 Revisi Judul Bahasa inggris.....	88
Lampiran 9 Screenshoot poin keaktifan.....	89
Lampiran 10 hasil Screenshoot turnitin	90



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
CITROULI SWALAYAN BABARSARI YOGYAKARTA**

DARIUS ROWA NYANYI

11180478

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: darius.nyanyi@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Jumlah responden yang terlibat sebanyak 100 responden.

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, persepsi harga dan lokasi, sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta, hasil analisis persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta, hasil analisis lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta.

Kata Kunci: **Kualitas produk, Persepsi harga, Lokasi, Keputusan Pembelian**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
LOCATION ON CUSTOMER PURCHASE DECISION OF CITROULI
SWALAYAN BABARSARI YOGYAKARTA**

DARIUS ROWA NYANYI

11180478

Management studies program Faculty of Bussines

Duta Wacana Christian University

Email: darius.nyanyi@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of product quality, price perception and location on consumer purchasing decisions at Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta. The data collection method used in this research is a questionnaire. The number of respondents involved was 100 respondents.

The independent variables in this study are product quality, price perception and location, while the dependent variable is purchasing decisions. Based on the results of data analysis conducted, it shows that product quality has a significant influence on consumer purchasing decisions at Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta, the results of price perception analysis have a significant influence on consumer purchasing decisions at Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta, the results of location analysis have a significant influence on consumer purchasing decisions at Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta.

*Keywords: **product quality, price perception, location and purchase decisions***

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan revolusi industri senantiasa menciptakan berbagai transformasi dalam lingkungan sosial yang berdampak pada pasar ritel. Kehadiran pasar ritel modern memang berdampak signifikan terhadap kebiasaan belanja masyarakat yang awalnya mengandalkan pasar tradisional, namun kini semakin banyak beralih ke pasar modern. Hal ini karena pasar modern lebih mudah, bersih dan nyaman saat berbelanja. Perusahaan komersial ritel mengacu pada transaksi skala kecil yang melibatkan penjualan barang serta jasa yang mempunyai nilai ekonomi serta manfaat tambahan, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan individu, rumah tangga, masyarakat lokal, atau pengguna akhir (Pratama & Sanjaya, 2021).

Kemajuan pasar ritel modern di Daerah Istimewa Yogyakarta membuat banyak peritel berskala besar seperti superindo, indomaret, alfamart dan berbagai macam ritel yang memiliki skala yang besar lainnya. Pasar ritel menyediakan berbagai macam produk sehingga konsumen mempunyai pilihan yang berbeda-beda untuk membeli suatu produk dari berbagai macam pasar ritel yang ada di Yogyakarta. Dalam kondisi demikian, perusahaan ritel dituntut untuk menyediakan produk yang akan dipasarkan secara tepat, karena hal ini akan mempengaruhi strategi promosi,

penetapan harga, serta metode distribusi yang diperlukan, untuk mempertahankan operasi bisnis sekaligus bersaing dengan para pesaing di industri terkait (Hendrayani, et al., 2021).

Supermarket Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta telah didirikan sejak maret 2002 dengan berdirinya dengan waktu yang cukup lama sehingga citrouli swalayan mempunyai pelanggannya sendiri di Daerah Istimewa Yogyakarta. Supermarket Citrouli adalah salah satu retailer lokal yang memberikan pilihan yang tepat untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan masyarakat. Citrouli Swalayan yang sedang berkembang saat ini juga perlu disadari bahwa dalam perkembangannya Citrouli Swalayan mengalami persaingan sehingga harus senantiasa memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Menurut Windarti dan Ibrahim (2017) Kualitas produk dapat dipahami sebagai tingkat kesesuaian antara karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang kemudian diwujudkan dalam spesifikasi produk. Dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan suatu manfaat dan fungsi produk itu sendiri sehingga saat konsumen membeli produk, konsumen juga merasa puas pada produk tersebut. Perusahaan yang memperhatikan kualitas produk cenderung memiliki keuntungan yang lebih besar, meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas basis konsumen. Kualitas produk mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu bisnis sehingga perlu dari perusahaan agar selalu memperhatikan kualitas produk.

Berlandaskan Lee serta Lawson (2011: 532), mengemukakan bahwasannya persepsi harga ialah penilaian yang dilakukan oleh konsumen serta reaksi emosional terhadap kelayakan harga yang diberikan oleh penjual jika dibandingkan dengan pesaing, apakah harga tersebut dianggap adil, logis, atau dapat diterima. Persepsi harga merupakan bagaimana konsumen memberikan penilaian terhadap barang atau jasa. Persepsi harga tiap orang berbeda-beda mengenai suatu produk, maka dari itu konsumen juga akan membandingkan harga suatu produk dari berbagai macam peritel yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta apakah harga wajar sesuai dengan kualitas produk. Maka dari itu dari perusahaan dalam menentukan harga harus sesuai harga di pasaran sehingga dari konsumen menganggap bahwa harga dari produk di anggap wajar.

Menurut Heizer dan Render (2015), lokasi bisnis secara signifikan memengaruhi potensi pendapatan dan biaya operasional, menjadikannya faktor utama dalam membentuk arah strategis perusahaan. Lokasi yang strategis akan memberikan keuntungan untuk perusahaan, sedangkan lokasi yang kurang sesuai bisa mengurangi kinerja perusahaan. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dari pemilihan lokasi yaitu mudah dijangkau oleh konsumen. selain itu dalam pemilihan lokasi oleh perusahaan maka perlu diperhatikan yaitu tingkat persaingan dan kebutuhan pasar karena akan mempengaruhi pertumbuhan bisnis kedepan. Pemilihan lokasi yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan dari suatu perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2017) dalam Kumbara, (2021) Keputusan pembelian suatu produk melibatkan proses keputusan di mana konsumen menentukan merek yang akan mereka beli. Ketika konsumen menghadapi situasi pembelian yang kompleks, konsumen seringkali membuat berbagai pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian. Setiap keputusan yang diambil mengharuskan konsumen untuk memilih di antara minimal dua pilihan alternatif yang tersedia. Proses pengambilan keputusan pembelian merupakan fase di mana individu mulai membentuk preferensi terhadap suatu produk yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Akan tetapi, keputusan akhir dari konsumen untuk melanjutkan, menanggguhkan, mengubah, atau bahkan membatalkan rencana pembelian tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap potensi risiko yang mungkin muncul akibat transaksi tersebut. Persepsi risiko ini mencakup berbagai aspek, seperti ketidakpastian terhadap kualitas produk, kekhawatiran akan kerugian finansial, serta kemungkinan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan pasca pembelian. Oleh karena itu, pemahaman konsumen terhadap risiko memainkan peran penting dalam menentukan arah keputusan pembelian yang akan mereka ambil. Untuk mengerti bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian, hal yang utama adalah mengetahui sejauh mana tingkat keterlibatan mereka dengan produk atau layanan tersebut. Ini mengharuskan pemasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat seseorang merasa terhubung atau tidak terhubung ketika mereka melakukan

pembelian suatu produk atau layanan. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis hendak meneliti mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada studi berikut yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta.
2. Dapat mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta.
3. Dapat mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta.

D. Kontribusi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

penelitian berikut bertujuan guna memberi pemahaman yang lebih mendalam kepada pihak manajemen Citrouli Swalayan tentang bagaimana faktor-faktor dari barang yang kualitas, harga yang bersaing serta kemudahan mencapai toko yang bisa berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Perolehan kajian ini diharapkan tidak hanya menjadi referensi strategis dalam pengambilan kebijakan pemasaran di lingkungan Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta, tetapi juga memberikan nilai tambah secara akademis bagi peneliti lain maupun pembaca yang memiliki ketertarikan pada penelitian mengenai perilaku konsumen dan manajemen ritel.

2. Manfaat Praktis

Melalui hasil penelitian berikut, harapannya dapat memberi kontribusi yang bermanfaat untuk Citrouli Swalayan agar mengerti sejauh mana kualitas produk, persepsi terhadap harga serta lokasi berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Data yang diperoleh melalui penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai landasan dalam menyusun langkah strategis, baik untuk kepentingan manajemen Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta dalam menentukan arah kebijakan bisnis, maupun untuk keperluan ilmiah para peneliti dan

pembaca lainnya dalam analisis bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

E. Batasan Penelitian

Berbagai masalah yang dieksplorasi dalam penelitian ini harus diuraikan dengan jelas terkait dengan konteks yang diberikan di bagian latar belakang. Pembatasan tersebut bertujuan untuk memperjelas fokus penelitian, mempermudah pemahaman serta mengarahkan proses penelitian agar berjalan secara sistematis dan terstruktur. Oleh karena itu, batasan masalah ini ditetapkan guna memastikan bahwa analisis yang dilakukan tetap berada dalam koridor yang relevan dan sesuai dengan tujuan, berikut batasan penelitian:

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ialah lokasi atau area di mana kegiatan penelitian dilakukan untuk mendukung dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dalam hal ini, Citrouli Swalayan Babarsari Yogyakarta dipilih sebagai tempat karena dianggap relevan dengan objek dan tujuan penelitian.

2. Waktu Penelitian

Periode pelaksanaan penelitian mengacu pada jangka waktu tertentu yang mencakup seluruh tahapan kegiatan ilmiah, mulai dari tahap perencanaan, proses pengumpulan data, hingga analisis data yang

diperoleh. Seluruh proses yang tercakup dalam studi berikut sudah dilaksanakan pada bulan April 2025.

3. Batasan waktu penelitian

Batasan waktu responden pada penelitian ini merujuk pada responden yang melakukan pembelian terakhir dalam batasan waktu tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga batasan waktu yang ditetapkan menggambarkan bahwa objek penelitian tidak banyak mengalami perubahan atau masih sama. Batasan waktu penelitian yaitu 1 tahun terakhir (Juni 2024-Juni 2025)

4. Variabel Penelitian

Variabel dalam suatu penelitian merujuk pada elemen atau sifat tertentu yang diamati atau dianalisis untuk memahami pengaruh atau hubungannya satu sama lain. Pada penelitian ini, variabel-variabel yang jadi fokus penelitian mencakup: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi serta Keputusan Pembelian.

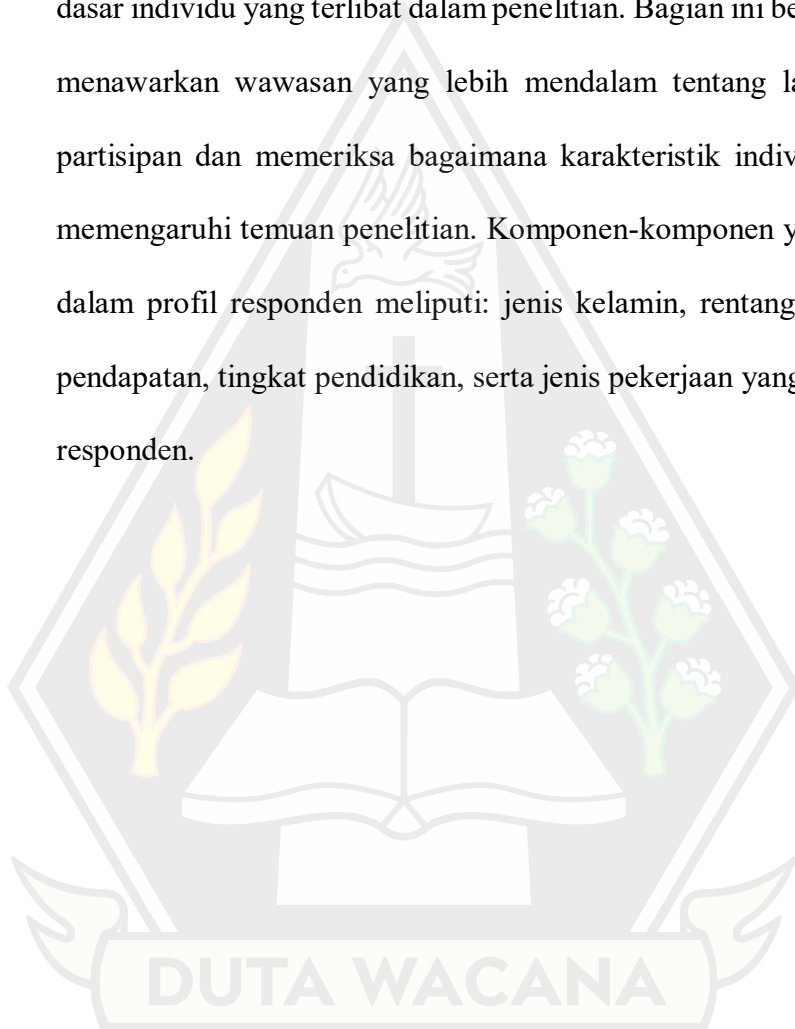
5. Jumlah Responden

Jumlah responden dalam suatu penelitian merujuk pada jumlah individu yang dijadikan subjek pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden yang bertujuan untuk meningkatkan ketepatan hasil, sehingga memungkinkan interpretasi statistik data yang lebih meyakinkan dan akurat. Ukuran sampel yang cukup besar sangat penting untuk mendukung kesimpulan yang diambil dari analisis dan

untuk meningkatkan kepercayaan dan konsistensi keseluruhan hasil penelitian.

6. Profil Responden

Profil responden merujuk pada uraian mengenai karakteristik dasar individu yang terlibat dalam penelitian. Bagian ini bertujuan untuk menawarkan wawasan yang lebih mendalam tentang latar belakang partisipan dan memeriksa bagaimana karakteristik individu ini dapat memengaruhi temuan penelitian. Komponen-komponen yang termasuk dalam profil responden meliputi: jenis kelamin, rentang usia, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, serta jenis pekerjaan yang dijalani oleh responden.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan Hasil yang diperoleh dari seperti dalam Tabel 4.8, mengungkapkan nilai-p sebesar 0,000, yang yang berada di bawah 0,05 yang digunakan untuk menentukan signifikansi. Hasil ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk.
2. Berdasarkan Hasil yang diperoleh dari seperti dalam Tabel 4.8, mengungkapkan nilai-p sebesar 0,000, yang yang berada di bawah 0,05 yang digunakan untuk menentukan signifikansi. Hasil ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi harga.
3. Berdasarkan Hasil yang diperoleh dari seperti dalam Tabel 4.8, mengungkapkan nilai-p sebesar 0,002, yang yang berada di bawah 0,05 yang digunakan untuk menentukan signifikansi. Hasil ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh Lokasi
4. Hasil pengujian simultan (uji-F), seperti yang ditampilkan dalam Tabel 4.10, mengungkapkan statistik-F sebesar 21,535 di dengan nilai signifikansi 0,000, yang jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan Lokasi

secara kolektif memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel Terbatas

Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen, tanpa mempertimbangkan aspek lain seperti loyalitas konsumen atau kualitas layanan yang mungkin juga memberikan pengaruh.

2. Ruang Lingkup Sampel yang Sempit

Penelitian ini hanya dilakukan di Citrouli Swalayan Cabang Babarsari, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke cabang lain.

3. Metode Pengumpulan Data

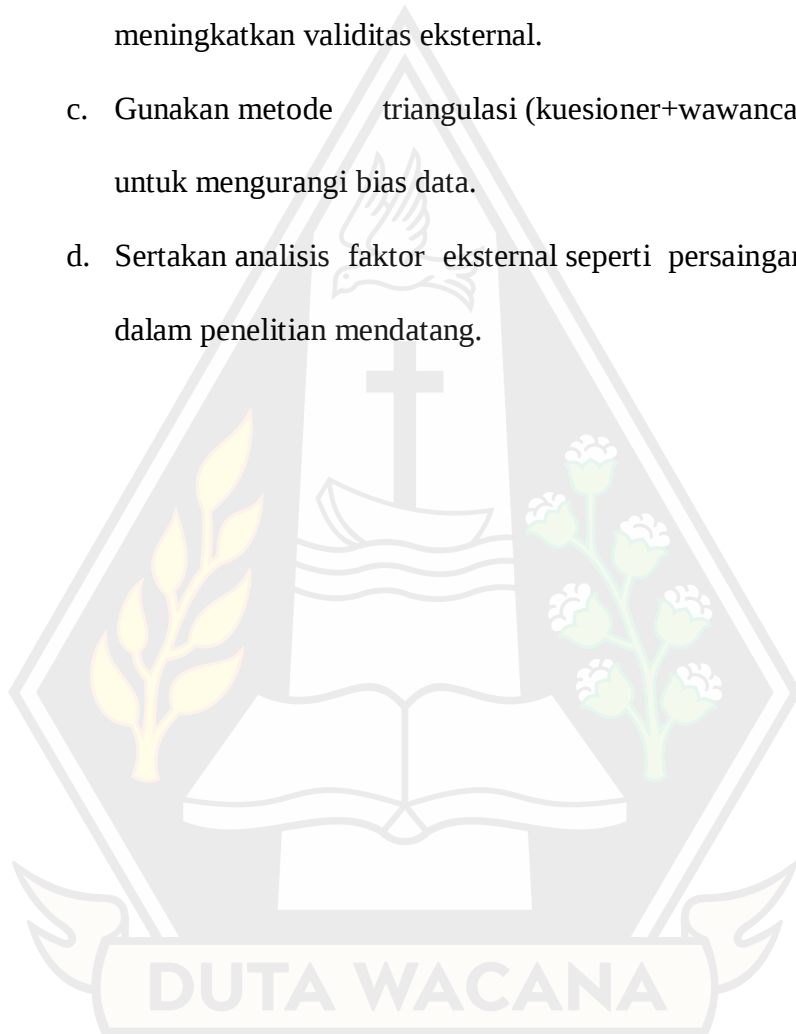
Penelitian mengandalkan kuesioner sebagai alat utama, yang mungkin mengandung bias subjektivitas responden. Tidak adanya wawancara mendalam atau observasi langsung membatasi kedalaman analisis.

4. Faktor Eksternal yang Tidak Terkontrol

Variabel seperti persaingan dengan minimarket lain (Indomaret/Alfamart) tidak dimasukkan yang bisa juga dapat memengaruhi keputusan pembelian.

C. Saran

- a. Tambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan atau kualitas pelayanan untuk analisis lebih komprehensif.
- b. Perluas cakupan penelitian ke beberapa cabang/lokasi untuk meningkatkan validitas eksternal.
- c. Gunakan metode triangulasi (kuesioner+wawancara+observasi) untuk mengurangi bias data.
- d. Sertakan analisis faktor eksternal seperti persaingan minimarket dalam penelitian mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 166-172.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 68-79.
- Buchari Alma. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Dinawan. 2010. Kualitas Produk . Alat Strategi Yang Penting, Free Press. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2006. Statistik Induktif. Yogyakarta: BPFEUGM.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013. Perilaku Pemasaran-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, I., Teori, E., & Indonesia, K. P. R. (2013). Daftar Pustaka Buku. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang*, 4(1), 1-16.
- Heizer & Render, (2015). Manajemen Operasi: Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. New Jersey: Pearson.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hermawan, H. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Kotler, & Keller. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Marketing strategy. In *London: London Business Forum* (p. 35).
- Kotler, Philip. (2001). Manajemen Pemasaran Indonesia. Jakarta : Salemba Empat

- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management Data Systems*, 111 (4).
- Luthfia, W. E., & SRI, R. T. A. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada coffee shop kofisyop tembalang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Nugroho, R. W., Triyani, D., & NSS, L. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Riulfians And Bistro Pati. *Solusi*, 18(2).
- Philip Kotler And Gary Armstrong. (2021) *Principles Of Marketing*, 8th Edition, Published By Pearson Education.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Budi Utama.
- Pratama, W. C., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh promosi big sale dan gratis ongkos kirim Shopee terhadap minat beli anak muda di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 3(1), 1-9.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Stephen dan Coulter (Fahmi, 2016:63).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syardiansah, S. (2017). Pengaruh Fasilitas, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Sewa Lapangan Futsal oleh Mahasiswa (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tingkat IV). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 678-688.
- Ujang Suwarman. 2011. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: INDEKS
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).