

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pilona

Carolina Athalia Sandra¹⁾
¹Universitas Buddhi Dharma
Email : carolinaathalia@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh kualitas produk, harga, dan lokasi mempengaruhi pilihan untuk memperolehnya. Apakah ada tautan untuk tujuan pengujian? Pilona Coffee dipilih berdasarkan pertimbangan berikut: kualitas produk, harga, dan lokasi.

Penelitian sampel yang besar, sebanyak 105 tanggapan, dilakukan, dengan pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarluaskan kepada konsumen Pilona Coffee. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen yang menggunakan metode software pengolah data SPSS versi 24 untuk mendapatkan hasilnya.

Analisis data dilakukan dengan uji seperti uji frekuensi, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, dan analisis koefisien korelasi, serta analisis koefisien determinasi, kemudian dengan uji F (uji simultan) dan uji T, yang dilakukan setelah itu.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X1), variabel harga (X2), variabel lokasi (X3), dan variabel keputusan pembelian (Y) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), dan ketiga variabel X dipengaruhi oleh pengaruh simultan variabel Y.

Kata kunci: Kualitas Produk , Harga , Lokasi dan Keputusan Pembelian

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Pilona

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the extent to which factors such as product quality, price, and location affect consumers' purchasing choices. Objective: To determine the relationship between product quality, price, and location on the choice of purchasing Pilona Coffee. Design: A correlational study

The data collection of this research was carried out by distributing questionnaires to Pilona Coffee users, with a total sample of 105 respondents. This is an experimental study, and the data processing procedure used is the SPSS version 24 program used. Frequency, validity, and reliability tests, as well as multiple linear regression analysis and correlation coefficients, as well as analysis of the coefficient of determination were used in data analysis, followed by the F test (stimulant test) and T test, both of which were used in data analysis. Based on the results of hypothesis testing, there is a statistically significant effect between the product quality variable (X1), the price variable (X2), and the location variable (X3) on the purchasing decision variable (Y), and the three X variables all have an effect on the Y variable. at the same time.

Keywords: Product Quality, Price, Location, and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha khususnya kuliner banyak mengalami perubahan dan perkembangan. Dengan demikian, karena globalisasi, persaingan antar perusahaan menjadi lebih ketat, yang mengakibatkan terciptanya banyak merek dan barang yang bersaing di pasar, memberikan konsumen berbagai pilihan dan alternatif dalam memilih produk. Menurut kominfo.go.id, Kementerian Sektor memperhatikan fakta bahwa kinerja industri makanan dan minuman antara 2015 dan 2019 meningkat sebesar 8,16 persen. Meski sempat dirugikan oleh pandemi, bisnis makanan dan minuman diperkirakan meningkat 1,58 persen pada tahun 2020.

Berdasarkan statistik dari International Coffee Organization, seperti dilansir babel.litbang.pertanian.go.id, konsumsi kopi di Indonesia juga terus meningkat dari tahun ke tahun. Konsumsi kopi Indonesia meningkat rata-rata sebesar 3,4 persen setiap tahun, menurut statistik negara. Di Indonesia sebagian besar kopi adalah jenis robusta dengan proporsi 81,96% dengan luas lahan 1,4 juta hektar pada tahun 2017. Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang suka berkumpul bersama keluarga dan teman, minum kopi menjadi suatu keharusan untuk menghabiskan waktu itulah end start Menjadi gaya hidup yang baik bagi kalangan elite, menengah maupun masyarakat kecil.

Wabah tersebut juga mengakibatkan pergeseran popularitas minum kopi di tempat-tempat umum di kalangan pecinta kopi di Indonesia. Namun, pada tahun 2021, tren kopi diperkirakan akan tumbuh lebih pesat seiring dengan membaiknya perekonomian. Spesialis kopi percaya bahwa sebagai alternatif yang lebih sehat yang dibuat dari dasar kopi menjadi lebih populer, kopi kalengan akan menjadi semakin populer juga. Kopi sebagai minuman untuk dinikmati hampir di seluruh dunia, para ahli mengatakan tren kopi tahun ini bukan hanya soal rasa dan jenis kopi saja, tapi juga tentang bagaimana kopi dikemas dan dinikmati.

Selain yang disebutkan tadi, yang tidak kalah penting adalah warung kopi itu sendiri. Beragam kedai kopi menjamur di Indonesia, termasuk di kota Tangerang, mulai dari kedai kopi mewah yang menawarkan kopi terbaik hingga kedai kopi lokal sederhana namun tidak kalah enakunya. Keberadaan coffee shop bermunculan sekarang, didorong oleh gaya hidup masyarakat modern, baik yang dikalangan anak muda maupun kalangan orang tua, baik para pecinta kopi atau sekedar sekedar datang ke coffee shop untuk berdiskusi atau berkumpul dengan alasan biaya terjangkau dan fasilitas yang memadai dengan penyediaan Wi-Fi gratis tanpa batas waktu penggunaan untuk memasuki dunia internet. Dengan demikian tak heran semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk hunting coffee shop, hal inilah yang membuat kemunculan coffee shop dengan konsep yang unik, menarik, dan instagramable.

Pilona Coffee merupakan kedai kopi yang pertama kali berada di Kisamaun Tangerang, tepatnya di kawasan Pasar Lama Tangerang yang berdiri sejak tahun 2018. Selain menu kopi, Pilona Coffee juga menyajikan berbagai menu non-kopi yang variatif.

Pilona Coffee sendiri berkeinginan menghadirkan kenikmatan saat menikmati minuman yang telah diracik, dengan demikian Pilona Coffee selalu menggunakan bahan-bahan terbaik untuk menjaga kualitas minuman yang dibuat sehingga menghasilkan minuman dengan cita rasa yang enak serta konsisten namun harga yang bersahabat.

Perusahaan mungkin lebih unggul dari pesaingnya jika menyediakan layanan berkualitas tinggi dan produk berkualitas tinggi. Produk sangat penting dalam bisnis karena tanpa mereka, bisnis tidak akan dapat melakukan apa pun dan tidak akan dapat bekerja. Menciptakan produk yang hanya perlu diubah untuk memenuhi kebutuhan pasar dan konsumen. Penting bagi pebisnis untuk dapat mengetahui apa yang diinginkan orang dan membuat produk berkualitas tinggi yang kemudian dapat memenuhi harapan yang ada di benak orang.

Orang juga membuat keputusan pembelian berdasarkan harga yang bersedia mereka bayar, dan ini penting untuk keberhasilan suatu produk dan keunggulan kompetitif perusahaan. Hal lain yang perlu dipikirkan adalah: Produk terbaik tahan lama dan berfungsi dengan baik. Harga yang diminta vendor untuk suatu produk adalah harga yang harus Anda bayar untuk kualitas produk yang Anda dapatkan saat membelinya.

Hal penting lainnya adalah di mana Anda tinggal. Konsumen juga membuat keputusan pembelian berdasarkan di mana mereka ingin membeli suatu produk. Sebelum orang melakukan pembelian, mereka pasti akan memikirkan di mana letaknya. Jika Anda ingin memulai bisnis di tempat yang mudah dijangkau pelanggan dan dekat dengan pusat kota dan keramaian, sebaiknya pilih tempat seperti ini..

Soal Rumus

Sesuai dengan penjelasan di latar belakang, berikut adalah rumusan masalah penelitian ini: 1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Pilona Coffee? 2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Pilona Coffee? 3. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Pilona Coffee? 4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pilona Coffee?

Studi Obyektif

Berikut ini adalah tujuan penelitian, yang diambil dari deskripsi masalah sebelum bagian ini: Penetapan harga Kopi Pilona diperiksa dalam penelitian ini untuk melihat apakah ada pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Pembelian kopi. Untuk meningkatkan kinerja Pilona Coffee secara keseluruhan, kita perlu mencari tahu bagaimana lokasi memengaruhi keputusan pembelian mereka. Kualitas, harga, dan lokasi semuanya berperan dalam pembelian Kopi Pilona. Berikut ini adalah tujuan penelitian, sesuai dengan uraian masalah yang mendahului bagian ini: Untuk melihat apakah pembeli Pilona Coffee dipengaruhi oleh kualitas produk. Keputusan pembelian Kopi Pilona diperiksa sebagai hasil dari fokus penelitian ini pada harga. Kinerja Pilona Coffee secara keseluruhan dapat ditingkatkan dengan menentukan dampak lokasi terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembeli Kopi Pilona dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas produk, harga, bahkan lokasi toko.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Pemasaran

Grup pemasaran dan seperangkat metode untuk membuat, menyampaikan, dan memberi sinyal kepada pelanggan keduanya merupakan bagian dari definisi pemasaran. (Rizal 2020, 2)

Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah seberapa baik suatu produk dapat melakukan tugasnya, menurut Kotler dan Armstrong, yang dikutip dalam (Ibrahim & Thawil 2019, 176). Ini termasuk seberapa baik suatu produk dapat melakukan tugasnya, serta seberapa baik ia dapat melakukan tugasnya, serta seberapa baik ia dapat melakukan tugasnya, serta seberapa baik ia dapat melakukan tugasnya.

Definisi Harga

Kuantitas uang dan jasa atau komoditas yang tersedia untuk ditukarkan oleh pembeli sebagai imbalan atas beragam produk dan jasa yang diberikan oleh penjual disebut sebagai harga. (Amilia 2017, 662)

Definisi Lokasi

Memiliki lokasi yang baik untuk bisnis dapat membantu melakukan penempatan bisnis yang lebih baik dan aktivitas yang membantu pelanggan. Lokasi bisnis adalah apa yang orang lihat ketika mereka melihat bisnis. (Rahayu 2018, 9)

Definisi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong, sebagaimana dikutip dalam (Oktarini 2020, 55) keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang mencakup langkah-langkah seperti menganalisis kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, menilai sumber informasi, membuat keputusan untuk membeli, membuat keputusan. keputusan untuk membeli, dan tindakan setelah pembelian.

METODE

Jenis Studi

Berdasarkan pendekatannya, penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode pengukuran data dengan menggunakan perhitungan yang diperoleh secara ilmiah dari sampel yang diminta secara acak untuk menjawab atau mengisi rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan survei, yang akan menghasilkan data berupa angka-angka kemudian angka yang diolah kembali untuk menghasilkan data yang akurat dalam untuk dianalisis untuk menguji hipotesis.

Studi Objek

Objek penelitian adalah salah satu Coffee shop yang bernama Piona Coffee. Piona Coffee adalah kedai kopi modern yang menyajikan berbagai menu minuman mulai dari kopi hingga non-kopi.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data: 1. Data primer (Data Primer) yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara, seperti ini. Orang yang minum Kopi Pilona Kisamaun mengisi kuesioner yang dikirimkan kepada mereka. Kuesioner tersebut kemudian dikembalikan oleh orang yang menjawabnya. 2. Data Sekunder (Secondary Data) diperoleh dengan mengakses website, buku, jurnal, dan sumber-sumber publikasi milik pemerintah. Pada penelitian ini penulis mendapatkan sumber data sekunder yang diperoleh melalui situs, buku referensi dan jurnal.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pilona Coffee Kisamaun yaitu 100 orang dihitung dari rata-rata jumlah transaksi per hari .

Sampel

Menurut Sugiyono yang dikutip dari (Kusnawan 2018, 10)terkait saran sampel untuk penelitian : 1. Sampel yang besar dan representatif sekitar 30-500 responden. 2. Jika ada beberapa kategori, maka jumlah anggota yang dijadikan sampel untuk setiap kategori minimal harus tiga puluh. 3. Jika Anda melakukan analisis dengan beberapa variabel, ukuran sampel total minimum adalah sepuluh untuk setiap variabel yang dipertimbangkan. Ukuran sampel adalah 30 ketika ada tiga variabel independen dan dua variabel dependen dalam percobaan (atau tiga kali tiga). Saat melakukan penelitian eksperimental dasar, jumlah peserta dalam eksperimen kelompok dan kelompok kontrol adalah antara 10 dan 20.

Dalam penelitian ini, dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin yaitu: Sumber:(Norfai 2021, 88)

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,05)^2} = 80$$

Penulis menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan $e = 5\%$, untuk mendapatkan ukuran sampel. Metodologi sampling probabilitas dipilih oleh penulis sebagai metode sampel yang akan digunakan. Random sampling digunakan sebagai metode penentuan probabilitas sampling. Sampel sebanyak 105 peserta dikumpulkan pada saat penyebaran kuesioner.

Teknik Analisis Data

Dalam karya ini, penulis menggunakan metodologi analitik dengan menggunakan alat pengolah data yaitu SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Studi ini diperlukan untuk mengevaluasi hipotesis yang diberikan untuk menentukan apakah kualitas produk, harga, dan lokasi pembelian berdampak pada pilihan untuk membeli.

Uji Validitas

Dalam penelitian deskriptif dan eksplanatif, jika ada penggunaan variabel yang tidak memungkinkan untuk dianalisis secara langsung, maka alat ukurnya harus valid agar temuannya dapat dipercaya. Syarat-syarat untuk menguji uji validitas adalah: (Darma 2021, 8): 1) Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian telah dinyatakan sah jika r hitung melebihi r tabel. 2) Instrumen penelitian dianggap tidak valid jika r hitung $>$ r tabel.

Tes reliabilitas

Keandalan adalah seberapa besar tes pengukuran dapat tetap berjalan konsisten bahkan setelah tes dilakukan tes dengan pengulangan pada subjek dan kondisi yang sama. dianggap reliabel jika pengukuran yang sama menghasilkan hasil yang serupa / konsisten . Berikut adalah kriteria penentuan reliabilitas suatu data (Darma 2021, 17): 1)

Cronbach's Alpha > 0.6 yang berarti data tersebut reliabel. 2) Cronbach's Alpha < 0,6 artinya data tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan analisis regresi linier berganda dengan benar menggunakan kuadrat terkecil biasa, harus dilakukan uji asumsi klasik. (Fx. P. Wibowo & Widiyanto, 2019, 148) Akibatnya, jika tidak didasarkan pada OLS, asumsi konvensional seperti regresi logistik dan ordinal dapat dihilangkan. Dengan kata lain, ada baiknya untuk memikirkan apa yang Anda katakan.

Uji Normalitas

Distribusi residu yang normal akan diperiksa menggunakan tes ini. Oleh karena itu, nilai relatif diuji alih-alih variabel individual. Keputusan pada uji normalitas didasarkan pada hal berikut (Duli 2019, 115): Data dianggap terdistribusi teratur jika tandanya signifikan ($p < 0,05$). Distribusi data yang tidak normal ditunjukkan dengan tanda signifikan ($0,05$).

Uji Multikolinearitas

Dengan menggunakan multikolinearitas, kita dapat menentukan apakah variabel independen berkorelasi atau tidak. (Yusuf & Daris 2019, 84) a) Untuk mengesampingkan multikolinearitas, nilai VIF masing-masing kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. (Andy & Sutrisna 2018, 27)

Uji Heteroskedastisitas

Ketika mengevaluasi heteroskedastisitas residual pada model regresi linier, penting untuk mempertimbangkan apakah ada varian residual yang tidak sama untuk semua data. Jika asumsi tidak terpenuhi, alat penduga dianggap tidak memenuhi syarat. (Yusuf & Daris 2019, 76). (Jonathan 2020, 46)menguraikan faktor-faktor dasar berikut untuk membuat keputusan: 1) Jika ada pola yang memiliki titik-titik yang bentuknya sebanding dengan gelombang, melebar, dan menyempit, ini menunjukkan bahwa terjadi heteroskedastisitas. 2) Jika sebaliknya terdapat pola titik-titik, titik-titik, titik-titik yang tersebar antara angka 0 dan 1 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu keuntungan dari regresi linier berganda adalah sulit untuk menganalisis seberapa besar satu variabel menunjukkan tingkat perubahan pada variabel lain (slope), hal ini membuat analisis regresi lebih sah bila menggunakan analisis korelasi. Dengan demikian , prediksi nilai pada variabel dependen terhadap nilai variabel independen dapat lebih valid. Kesamaan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (r) yang nilainya divariasikan mulai dari -1 sampai dengan +1. Jika nilainya -1 atau +1 berarti hubungan antar variabel kuat, tetapi jika nilainya 0 berarti hubungan antar variabel lemah.

Koefisien Uji Determinasi (r^2)

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar suatu variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan suatu variabel eksogen. Model penelitian yang disarankan memiliki model prediksi yang sangat baik jika nilai R^2 bernilai besar. Namun, ketika nilainya minimal, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kapasitas terbatas untuk mengkarakterisasi variabel dependen.

Tes F Uji

Sebuah uji statistik harus digunakan untuk memeriksa data. Anda dapat menggunakan ANOVA untuk menguji kesimpulan yang menarik berdasarkan data atau statistik kelompok dengan mengembangkan dan menganalisis berbagai hipotesis dalam lingkungan yang terkendali. Nilai F pada tabel ANOVA dengan ambang batas signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa keputusan diambil berdasarkan temuan dari pengujian yang dilakukan.

Tes T Uji

Dalam mengevaluasi dampak studi hipotesis terkait pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara Parsial, uji T dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah pengaruh dari variabel terikat signifikan (Y). Hal ini diperlukan untuk menetapkan tingkat signifikansi ketika melakukan pengujian hipotesis menggunakan T-statistik. Teknik bootstrap digunakan untuk menghitung tanda T-statistik untuk setiap hipotesis yang diuji.

HASIL

Deskriptif Hasil Uji Statistik

Tabel 1. Hasil Uji Statistik

Informasi	Total	Persentase
Berdasarkan jenis kelamin :		
Wanita	67	63,8%
Pria	38	36,2%
Total	105	100%
Berdasarkan usia:		
< 18 tahun	11	10,5%
18 - 24 tahun	53	50,5%
25 - 31 tahun	21	20%
32 - 40 tahun	10	9,5%
> 40 tahun	10	9,5%
Total	105	100%

Berdasarkan jenjang pendidikan :		
SD-SMP	3	2,9%
SMA/SMK	51	48,6%
D3/S1	48	45,7%
S2	3	2,9%
Total	105	100%
Berdasarkan pendapatan per bulan :		
< 3.000.000	35	33,3%
3.000.000 - 5.000.000	41	39%
5.000.000 - 10.000.000	24	22,9%
> 10.000.000	5	4,8%
Total	105	100%

Sumber : Software SPSS versi 24

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	item	Korelasi	r Tabel	Hasil
Produk Berkualitas (X1)	Q 01	0,477*	0.1918	Sah
	Q 02	0,584*		
	Q 03	0,625*		
	Q 04	0,657*		
	Q 05	0,590*		
	Q 06	0,678*		
	Q 07	0,620*		
	Q 08	0,710*		
	Q 09	0,657*		
	Q 10	0,661*		
Harga (X2)	Q 01	0,706*	0.1918	Sah
	Q 02	0,747*		
	Q 03	0,725*		
	Q 04	0,584*		
	Q 05	0,692*		
	Q 06	0,695*		
	Q 07	0,628*		
	Q 08	0,721*		
	Q 09	0,575*		
	Q 10	0,754*		
Lokasi (X3)	Q 01	0,554*	0.1918	Sah
	Q 02	0,580*		

	Q 03	0,638*		
	Q 04	0.611*		
	Q 05	0,746*		
	Q 06	0,707*		
	Q 07	0,558*		
	Q 08	0,604*		
	Q 09	0,500*		
	Q 10	0,701*		
Keputusan Pembelian (Y)	Q 01	0,627*	0.1918	Sah
	Q 02	0.632*		
	Q 03	0,606*		
	Q 04	0,543*		
	Q 05	0,710*		
	Q 06	0,735*		
	Q 07	0.697*		
	Q 08	0.697*		
	Q 09	0,655*		
	Q 10	0,658*		

Sumber : Software SPSS versi 24

Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi tanda untuk setiap item atau instrumen pernyataan pada semua variabel menunjukkan nilai > 0,1918 (tingkat kesalahan 5% dan (df =n-3=102)). Sehingga dapat diartikan bahwa instrumen pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	N item
Produk Berkualitas (X1)	0.821	10
Harga (X2)	0,869	10
Lokasi (X3)	0.823	10
Keputusan Pembelian (Y)	0,845	10

Sumber : Software SPSS versi 24

Dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, artinya data tersebut reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Tes Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel			
			Residual Tidak Standar
N			105
Parameter Normal	berarti	.0000000	
	Std. Deviasi	2.27676673	

Perbedaan Paling Ekstrim	Mutlak	.083
	Positif	.082
	negatif	-.083
Statistik Uji		.083
asim. Tanda tangan . (2-ekor)		.072 ^c

Sumber : Software SPSS versi 24

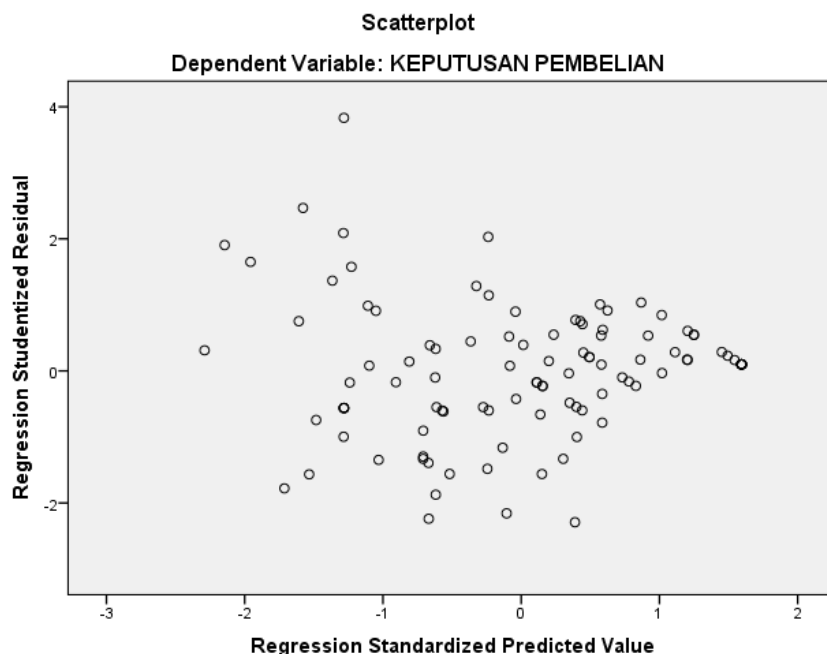
Tabel IV.50 menampilkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi $0,072 > 0,05$, seperti yang ditunjukkan pada paragraf sebelumnya. Akibatnya, distribusi nilai sisa mungkin dianggap normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Koefisien							
Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar	t	Tan	Statistik Collinearity	
	B	Std. Kesalahan	Beta			Toleransi	VIF
1 (Konstan)	7.295	2.939		2.482	.015		
KUALITAS PRODUK	.422	.104	.403	4.071	.000	.376	2,661
HARGA	.279	.094	.301	2.968	.004	.358	2,792
LOKASI	.148	.070	.174	2.117	.037	.544	1,838

Sumber : Software SPSS versi 24

Tabel IV.54, nilai VIF untuk kualitas produk (2.661), harga (2.792), dan lokasi (1.838) ditampilkan. Tidak ada multikolinearitas yang dapat ditemukan dengan melihat kriteria. Jika model regresi tidak digunakan, dapat ditunjukkan dari toleransi kualitas produk (0,376) dan toleransi harga (0,358) dan toleransi lokasi (0,544) bahwa tidak ada korelasi antara variabel-variabel tersebut. Toleransi tanda semua variabel independen mungkin lebih tinggi dari 0,10, yang tidak terduga. Pengukuran evaluasi toleransi tidak menunjukkan multikolinearitas, seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian



Sumber : Software SPSS versi 24

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Pada sumbu horizontal, titik-titik pada Gambar 1 berserakan secara acak di atas dan di bawah angka 0, seperti yang dapat diamati. Model regresi kadang-kadang disebut sebagai model "logistik" karena digunakan untuk memprediksi hasil tanpa memperhatikan seperangkat variabel input yang tetap. Heteroskedastisitas dapat ditetapkan jika persyaratan berikut dipenuhi.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6. Analisis Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar	t	Tanda tangan
	B	Std. Kesalahan	Beta		
(Konstan)	7.295	2.939		2.482	.015
KUALITAS PRODUK	.422	.104	.403	4.071	.000
HARGA	.279	.094	.301	2.968	.004
LOKASI	.148	.070	.174	2.117	.037

Sumber : Software SPSS versi 24

Tabel menunjukkan bahwa 1) $Y = 7,295 + 0,422 + 0,279 + 0,148 + e$ adalah persamaan kuadrat. Dengan asumsi variabel tambahan dapat mempengaruhi pilihan pembelian dan tidak dapat diubah, maka keputusan pembelian (nilai) yang dihasilkan adalah 7,295

dengan konstanta kualitas X1 (X1), harga X2 (X2), dan lokasi X3 (X3). 3) Perlunya memilih barang-barang berkualitas tinggi. Variabel regresi kualitas produk (X1) memiliki koefisien sebesar 0,422. (X1). Hal ini dapat dipahami sebagai berikut: jika kualitas pengalaman produk meningkat satu unit, keputusan untuk membeli akan mengalami peningkatan sebesar 0,422 unit. 4) Harga pada saat keputusan pembelian. Dalam hal ini harga (X2) merupakan variabel koefisien regresi variabel dengan nilai 0,27. Hal ini dapat diartikan bahwa jika harga mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka pilihan untuk membeli akan mengalami kenaikan sebesar 0,279 satuan. 5) Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian. (X3) memiliki koefisien sebesar 0,148 untuk variabel regresi variabel lokasi (X3). Hal ini dapat dipahami sebagai berikut: jika pengalaman lokasi bertambah satu unit, maka pembelian pilihan akan mengalami peningkatan sebesar 0,148.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Ringkasan Model					
Model	R	Kotak R	Disesuaikan R Square	Std. Perkiraan	Kesalahan
1	.0792	.627	.616	2.31033	
a. Prediktor: (Konstan), LOKASI, KUALITAS PRODUK, HARGA					

Sumber : Software SPSS versi 24

Dapat disimpulkan nilai R adalah 0,792, nilai yang berarti bahwa hubungan ke empat variabel penelitian termasuk dalam kategori kuat.

Tabel 8. Korelasi

korelasi					
		KUALITAS PRODUK	HARGA	LOKASI	KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUALITAS PRODUK	Korelasi Pearson	1	.773 **	.624 **	.745 **
	Tanda tangan (2-ekor)		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105
HARGA	Korelasi Pearson	.773 **	1	.646 **	.726 **
	Tanda tangan (2-ekor)	.000		.000	.000

	N	105	105	105	105
LOKASI	Korelasi Pearson	.624 **	.646 **	1	.621 **
	Tanda tangan (2-ekor)	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Korelasi Pearson	.745 **	.726 **	.621 **	1
	Tanda tangan (2-ekor)	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105

Sumber : Software SPSS versi 24

Nilai R adalah nilai koefisien korelasi 0,745 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara produk berkualitas tinggi dengan keputusan pembelian dalam kategori produk berkualitas pada tabel. Lalu ada mata rantai, yang berada di bawah kelompok kuat dan memasukkan harga yang dapat diubah ke keputusan beli, yaitu 0,726. Juga termasuk dalam skor 0,621 adalah hubungan antara lokasi dan pengambilan keputusan pembelian.

Koefisien Penentuan r^2) Hasil Uji

Pada tabel hasil uji koefisien korelasi terlihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,616 (61,6%) Akibatnya, 61,6 persen varians kualitas produk, harga, dan lokasi dijelaskan oleh variabel atau faktor yang tidak termasuk dalam regresi analisis.

Tabel 9. F . Hasil tes

ANOVA dan						
Model		Jumlah Kuadrat	df	Rata-rata Persegi	F	Tanda tangan
	Regresi	907.432	3	302.477	56.669	.000 ^b
	Sisa	539,101	101	5.338		
	Total	1446.533	104			
a. Variabel Dependen: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Prediktor: (Konstan), LOKASI, KUALITAS PRODUK, HARGA						

Sumber : Software SPSS versi 24

Pada tabel F, nilai dihitung dengan mengalikan 2,69 dengan 56.669, dan tingkat signifikansinya adalah 0,0.000. Temuan uji F menunjukkan kualitas produk, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen apakah pelanggan memutuskan untuk membeli atau tidak pada saat itu.

Tabel 10. T . Hasil tes

Koefisien					
Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar	t	Tanda
	B	Std. Kesalahan	Beta		
1 (Konstan)	7.295	2.939		2.482	.015
KUALITAS PRODUK	.422	.104	.403	4.071	.000
HARGA	.279	.094	.301	2.968	.004
LOKASI	.148	.070	.174	2.117	.037

a. Variabel Dependen: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Software SPSS versi 24

Pengujian hipotesis menghasilkan hasil sebagai berikut: Membeli Kopi Pilona dipengaruhi oleh kualitas produk. Untuk membuktikan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian, dilakukan uji-t dan diperoleh nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X1) terhadap pilihan pembelian (Y) adalah 0,000 0,05, dan nilai t adalah 4,071 > 1,659. (Y). Adalah 0,000 0,05%. (Y). Kedua, mengkaji pengaruh harga terhadap pembelian kopi Pilona.

Hasil uji t menunjukkan bahwa pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki nilai signifikansi 0,004 0,05 dan nilai t hitung 2,968 > 1,659. Dalam pengambilan keputusan pembelian, variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan (Y). Keputusan Pembelian Kopi Pilona Berdasarkan Lokasi Hasil uji t menunjukkan bahwa lokasi (X3) berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian (Y) dengan besaran 0,037 0,05 dan nilai t sebesar 2,117 > 1,659, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan perbedaan signifikan (Y).

KESIMPULAN

Setelah melakukan dan menganalisis data, penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi semuanya berdampak pada keputusan pembelian di Pilona Coffee. Keputusan pembelian Pilona Coffee sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, menurut hasil penelitian. Dengan demikian, nilai t-hitung sebesar 4,071 > 1,659 dapat

digunakan untuk menunjukkan bahwa kualitas produk adalah $0,00001 > 0,05$ kali lebih signifikan daripada peluang acak. Ketika Anda melihat skor Alpha Cronbach sebesar 0,821 untuk produk itu sendiri, Anda dapat melihat bahwa instrumen yang digunakan adalah variabel kualitas produk karakter yang dapat diandalkan. Keputusan pembeli Kopi Pilona sangat dipengaruhi oleh harga. Harga memiliki t-hitung $2,968 > 1,659$ dan signifikansi $0,004 \pm 0,05$, yang dapat dikonfirmasi. Dengan demikian, harga memiliki skor Cronbach's Alpha sebesar 0,869, yang menunjukkan bahwa instruksi yang disertakan di dalam variabel harga ini dapat diandalkan dalam isinya. Pelanggan di Pilona Coffee lebih cenderung melakukan pembelian karena lokasi mereka. Lokasi tersebut memiliki nilai t-hitung sebesar $2,117 > 1,659$ dan tingkat signifikansi $0,037 < 0,05$ yang dapat dikonfirmasi oleh data. Terdapat Cronbach's Alpha sebesar 0,823 untuk karakter lokasi variabel, yang menunjukkan bahwa instrumen yang terdapat di dalamnya dapat diandalkan. Keputusan Pembelian Kopi Pilona dipengaruhi secara simultan oleh kualitas produk, harga, dan lokasi. Nilai F tabel sebesar 2,69 F hitung 56.669 dan tingkat signifikansi $0,05$ dapat digunakan untuk menunjukkan hal ini.

REFERENSI

- Amilia, S. (2017). Dampak Gambar Merek, Biaya, dan Kualitas Barang terhadap Pilihan Pembelian Ponsel Merek Xiaomi di Kota Langsa (Vol. 6, Rilis 1).
- Andy, dan Sutrisna. (2018). Investigasi Pengaruh Disiplin Kerja, Prestasi Kerja dan Jiwa Kerja Terhadap Pemberian Imbalan Kerja Pada PT. Rencana Prestasi Adipratama. 27.
- Darma, B. (2021). PENELITIAN Pengukuran Memanfaatkan SPSS (Uji Legitimasi, Uji Keandalan, Lurus Langsung Kambuh, Berbagai Kekambuhan Lurus, Uji t, Uji F, R2) (hal. 8). GUEPEDIA.
- Duli, N. (2019). Filosofi Tinjauan Kuantitatif : Beberapa Ide Dasar Penyusunan Postulasi dan Pemeriksaan Informasi dengan SPSS . Bagikan.
- Ibrahim, M., dan Thawil, SM (2019). 235155686. Dampak KUALITAS BARANG DAN KUALITAS Administrasi TERHADAP Pemenuhan Pembeli, 176.
- Jonatan. (2020). DAMPAK KUALITAS BARANG, HARGA DAN LUAS TERHADAP PILIHAN BELI TEH LIPPO KARAWACI (PT. Sumber Makanan Minuman INDONESIA) .
- Kusnawan, A. (2018). Kajian Dampak Latihan Khusus Terhadap Nilai Merek Perguruan Tinggi Buddhi Dharma Di Kalangan Mahasiswa (Tinjauan Mahasiswa Program Studi Eksekutif). 10.
- Norfai. (2021). "The Trouble of Composing Logical Composition", Mengapa Bingung? (hal. 88). Lakeisha Distributers.
- Oktarini, R. (2020). Dampak Biaya dan Gambar Merek terhadap Pilihan Membeli Ponsel Merk Xiaomi di Kota Tangerang. Dalam Diary of Cutthroat Showcasing (Vol. 3, Edisi 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>

- Rahayu, E. (2018). Dampak Area, Item LENGKAP, DAN Administrasi TERHADAP Pilihan Pembelian Pembeli PADA REACH Utama PASAR. Dampak Area, Item LENGKAP, DAN Administrasi TERHADAP Pilihan Pembelian Pelanggan PADA REACH MARKET Fundamental, 9.
- Rizal, A. (2020). Periklanan Para eksekutif di Modern Culture Time 4.0 (hal. 2). Bagikan.
- Wibowo, Fx. P., dan Widiyanto, G. (2019). Dampak Kesejahteraan dan Keamanan dan Tempat Kerja terkait Word pada Presentasi Perwakilan Divisi Penciptaan di Tom's Silver Organization Yogyakarta. 148.
- Yusuf, M., dan Daris, L. (2019). Pemeriksaan Informasi Penelitian: Hipotesis dan Aplikasi di Bidang Perikanan (hlm. 76-81). PT. Distributor Pers IPB.