

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Aktivitas perdagangan mempunyai kedudukan yang signifikan dalam dunia usaha mempertimbangkan orientasinya kepada konsumen. Pada era dunia usaha beralih secara dinamis beriring dengan pergantian selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Keinginan konsumen yang meningkat terus menerus, merupakan peluang bisnis tersendiri bagi produsen. Bisnis merupakan aktivitas yang saling terkait dengan perdagangan berupa barang atau jasa yang dikerjakan dalam keseharian.<sup>1</sup>

Meningkatnya pertumbuhan sektor ritel maka pelaku usaha dalam menghadapi persaingan usaha memerlukan sebuah pemahaman untuk melihat peluang yang ada. Konsep yang paling utama agar usaha berjalan dengan baik adalah melalui pemasaran yang baik, dalam dunia bisnis manajemen pemasaran sangatlah diperlukan.<sup>2</sup> Bauran pemasaran (Marketing Mix) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam suatu perusahaan. Rangkaian *Marketing Mix* meliputi

---

<sup>1</sup>Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*, (Makasar: CV Sah Media, 2017), 7.

<sup>2</sup> Pradana Jaka Purnama, "*Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Murah Sukoharjo*" (Universitas Diponegoro Semarang, 2011), 2.

*product, price, place, dan promotion* (4p) mempunyai pengaruh besar terhadap tindakan konsumen.<sup>3</sup>

Untuk merencanakan strategi pemasaran efektif, pengusaha harus mencari tahu tentang pesaing dan harus membandingkan strategi pemasaran, produk, harga, lokasi dan promosi dengan pesaing terdekat. Hal ini dimaksudkan, agar para pelaku usaha mampu memenangkan persaingan khususnya di sektor ritel yang semakin kompetitif yaitu dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Karena jika seorang pelaku bisnis tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka akan tergeser dengan pelaku bisnis lainnya.

Bisnis ritel dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu bisnis Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Sedangkan Ritel tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas dan barang yang dijual jenisnya terbatas. Berbeda dengan ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap.<sup>4</sup>

Ketua Aprindo Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Jawa Timur, April Wahyu Widati mengatakan, “pertumbuhan ritel modern tahun ini didorong momen besar, seperti persiapan tahun politik. Pertumbuhan tersebut bukan

---

<sup>3</sup> Ahmad, dkk, “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt Haluan Riau”, *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, Vol 5 No 2 (2019),80.

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 79.

hanya karena momen tahun politik, tetapi lebih kepada trend belanja saat ini yang telah bergeser”.<sup>5</sup>

April menambahkan, “saat ini konsumen lebih menyukai tempat belanja yang lebih dekat rumah karena mudah, simple, efisien waktu, dan harga yang terjangkau”. Dengan melihat *life style* pelanggan saat ini, sangat tepat jika pelaku ritel mengambil langkah menggunakan konsep ritel yang digabung dengan *foodcourt*, dan area bermain. Hal ini memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memperoleh kebutuhannya dalam waktu yang lebih efisien, seperti hiburan dan belanja ditempat yang sama.<sup>6</sup>

Berbicara mengenai bisnis ritel modern, di daerah Kabupaten Kediri banyak pengusaha yang mendirikan ritel. Karena beberapa bisnis yang berkembang cepat seiring waktu yang berjalan ialah ritel, usaha ritel bisa dijumpai dengan mudah dan banyak sekali di masyarakat. Bisnis ritel dapat berupa minimarket, swalayan, maupun supermarket.

Dinasti Swalayan merupakan salah satu swalayan yang cukup besar dan sukses dalam usahanya dibidang ritel. Dengan dibuktikan sampai saat ini sudah dibuka dua cabang di daerah Kecamatan Pare dan Kecamatan Kandangan. Dinasti Swalayan menyediakan berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, kebutuhan

---

<sup>5</sup>JawaPos.com, Penjualan Ritel Modern Diprediksi Tumbuh 6 Persen, <http://radarsurabaya.jawapos.com/read/2018/04/06/62973/tahun-ini-penjualan-ritel-modern-diprediksi-tumbuh-6-persen>. Diakses pada tanggal 15 September 2020.

<sup>6</sup>Ibid.

sehari-hari, dan berbagai produk kecantikan. Selain itu Dinasti juga menyediakan arena bermain anak-anak dan *food court*.

Di daerah Kecamatan Pare terdapat beberapa bisnis ritel berbentuk swalayan diantaranya TOP Swalayan, Dinasti Swalayan, dan Callista Swalayan. Ketiga swalayan tersebut merupakan swalayan yang ramai akan pengunjung untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, ketiganya juga memiliki ciri khas masing-masing. Berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 10 Agustus 2020 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan antara Dinasti Swalayan, TOP Swalayan, dan Callista Swalayan**

<b>Perbedaan</b>	<b>Dinasti Swalayan</b>	<b>TOP Swalayan</b>	<b>Callista Swalayan</b>
Product:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sembako</li> <li>2. Perlengkapan mandi</li> <li>3. Makanan dan minuman instan</li> <li>4. Snack</li> <li>5. Peralatan rumah tangga</li> <li>6. Alat tulis sekolah</li> <li>7. Kosmetik</li> <li>8. Mainan anak-anak</li> <li>9. Sea food mentah</li> <li>10. Sayuran, telur, daging, dan buah</li> <li>11. Perlengkapan bayi</li> <li>12. Aksesoris</li> <li>13. Pakaian bayi</li> <li>14. Peralatan kantor</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sembako</li> <li>2. Perlengkapan mandi</li> <li>3. Makanan dan minuman instan</li> <li>4. Snack</li> <li>5. Peralatan rumah tangga</li> <li>6. Alat tulis sekolah</li> <li>7. Kosmetik</li> <li>8. Mainan anak-anak</li> <li>9. Sea food mentah</li> <li>10. Sayuran, telur, daging, dan buah</li> <li>11. Perlengkapan bayi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sembako</li> <li>2. Perlengkapan mandi</li> <li>3. Makanan dan minuman instan</li> <li>4. Snack kemasan dan kiloan</li> <li>5. Peralatan rumah tangga</li> <li>6. Alat tulis sekolah</li> <li>7. Kosmetik</li> <li>8. Mainan anak-anak</li> <li>9. Sea food mentah</li> <li>10. Perlengkapan bayi</li> <li>11. Aksesoris</li> </ol>

	15. Tas fashion 16. Makanan basah		
Price: Harga	Rp 1.000 – Rp 300.000	Rp 1.000 – Rp 300.000	Rp 1.250 – Rp 320.000
Place: Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beralamat di Jln. Pb Sudirman No. 40 Puhrejo Kec. Pare Kab. Kediri</li> <li>- Buka pukul 08.00-21.00</li> <li>- Lokasi dekat dengan pusat keramaian.</li> <li>- Bangunan terdiri dari dua lantai</li> <li>- Tersedia tempat parkir yang luas dan memadai</li> <li>- Tempat penitipan barang,</li> <li>- Tersedia ruang tunggu yang berdekatan dengan pintu masuk.</li> <li>- Kasir untuk tempat pembayaran berjumlah enam.</li> <li>- Tersedia toilet.</li> <li>- Tersedia arena bermain anak-anak dan food court</li> <li>- Design interior ruangan cat dinding dan lantai berwarna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beralamat di Jln. Letjen Sutoyo No. 60 Tarunasakti Kec. Pare Kab. Kediri.</li> <li>- Buka pukul 08.00-21.00</li> <li>- Lokasi dekat dengan pusat keramaian.</li> <li>- Bangunan hanya satu lantai.</li> <li>- Memiliki tempat parkir yang cukup memadai.</li> <li>- Tersedia tempat penitipan barang.</li> <li>- Kasir untuk tempat pembayaran berjumlah lima.</li> <li>- Design interiornya cat dinding dan lantai berwarna putih. Seluruh produk ditata dengan rak yang tinggi dan rapi.</li> <li>- Pencahayaan lampu di ruangan terang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beralamat di Jln. Dr. Sutomo No. 24 B Ngeblek Pelem Kec. Pare Kab. Kediri.</li> <li>- Buka pukul 07.00-21.00.</li> <li>- Lokasi dekat dengan pusat keramaian.</li> <li>- Bangunan hanya satu lantai.</li> <li>- Memiliki tempat parkir yang cukup memadai.</li> <li>- Tersedia tempat penitipan barang.</li> <li>- Kasir untuk tempat pembayaran berjumlah dua.</li> <li>- Design interiornya cat dinding dan lantai berwarna putih. Seluruh produk ditata dengan rak yang tinggi dan rapi</li> <li>- Tersedia toilet dan mushola.</li> <li>- Ruang full ac dan musik.</li> </ul>

	<p>putih. Selain warna putih juga terdapat warna warni pada wallpaper dinding. Seluruh produk tertata di rak yang tinggi dan terlihat rapi. Pencahayaan lampu diruangan terang.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruangan full ac dan musik.</li> <li>- Seluruh ruangan dilengkapi dengan CCTV.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruangan full ac dan musik.</li> <li>- Seluruh ruangan dilengkapi dengan CCTV.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruangan dilengkapi dengan CCTV.</li> </ul>
Promotion: Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melalui media sosial (marketplace shopee, facebook, instagram)</li> <li>- Sering memberikan diskon dan cash back, pada hari Jumat, Sabtu, minggu.</li> <li>- Setiap hari minggu membuka stand di car free day yang bertempat di lapangan canda birawa pukul 06.00-09.00.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melalui media sosial (marketplace shopee, facebook, instagram)</li> <li>- Sering memberikan diskon dan cash back pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan diskon ketika akhir tahun dan hari besar.</li> </ul>

**Sumber: data diolah (2020)**

Berdasarkan tabel tersebut dapat di pahami bahwa diantara Dinasti Swalayan, TOP Swalayan, dan Callista Swalayan, Dinasti Swalayan memiliki lebih banyak produk yang ditawarkan. Produk yang di tawarkan di Dinasti tetapi tidak dimiliki oleh swalayan lainnya yaitu produk peralatan kantor, pakaian bayi, tas fashion, dan makanan basah. Selain membeli kebutuhan sehari-hari keempat produk ini, yaitu produk peralatan kantor, pakaian bayi, tas fashion dan makanan basah yang sering dibeli oleh konsumen saat belanja di Dinasti Swalayan. Harga yang di tawarkan oleh ketiga swalayan tersebut cukup terjangkau mulai dari Rp.1.000-Rp 320.000.

Lokasi Dinasti Swalayan, TOP Swalayan, dan Callista Swalayan beralamat di Kecamatan Pare. Ketiganya memiliki akses jalan beraspal dan dekat dengan jalan raya yang membedakan dari ketiganya yaitu pada bentuk bangunannya. Dinasti Swalayan jauh lebih unggul dari pada TOP dan Callista berdasarkan hasil observasi yang diperoleh peneliti. Dinasti memiliki bangunan terdiri dari dua lantai, tersedia tempat arena bermain anak-anak, food court dan tempat parkir yang luas. Hal ini yang membuat konsumen tertarik untuk lebih memilih berbelanja di Dinasti. Selain berbelanja juga bisa bermain dan bersantai di lantai dua. Sedangkan TOP dan Callista bentuk bangunan hanya terdiri dari satu lantai saja dan memiliki tempat parkir yang cukup memadai.

Promosi yang di berikan dari pihak Dinasti Swalayan dan TOP Swalayan hampir sama seperti melalui media sosial, memberikan diskon dan cash back setiap hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Perbedaannya Dinasti Swalayan setiap hari minggu membuka stand di car free day. Untuk Callista Swalayan melakukan promosi tidak melalui media sosial melainkan secara *offline* saja seperti memberikan diskon akhir tahun dan hari besar. Berdasarkan data hasil observasi peneliti, dapat di ketahui bahwa Dinasti Swalayan memiliki kelebihan pada banyaknya produk yang di tawarkan dan bentuk bangunan yang terdiri dua lantai. Selain menyediakan tempat untuk berbelanja juga disediakan arena bermain anak-anak dan food court. Sehingga konsumen bisa berbelanja, bermain, dan bersantai dibandingkan dengan TOP Swalayan dan Callista Swalayan.

Hasil wawancara dengan beberapa responden masyarakat di wilayah kecamatan Pare kebanyakan suka mengkonsumsi menu makanan jajanan yang membuat kenyang diperut.<sup>7</sup> Seperti halnya menu makanan jajan jenis berat (meal) dibandingkan mengkonsumsi makanan jajan jenis ringan.

Makanan jajanan menurut Persatuan Ahli Gizi Indonesia adalah makanan dan minuman yang diproduksi oleh perusahaan informal dengan modal kecil, dijajakan dan siap dikonsumsi ditempat-tempat keramaian. Makanan jajanan jenis berat (meal) atau makanan utama merupakan makanan yang biasa dikonsumsi sehari-hari yang terdiri dari makanan

---

<sup>7</sup> Wawancara, pada tanggal 24 Agustus 2020

pokok, lauk pauk, dan sayuran. Sedangkan jajanan jenis makanan ringan (snack) adalah makanan yang sering disantap diluar waktu makanan utama yang sering disebut juga dengan makanan selingan yang bisa terjadi pada saat antara sarapan dan makan siang seperti aneka kudapan dan aneka jajan pasar.<sup>8</sup>

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 24-25 Agustus 2020 di peroleh informasi Dinasti swalayan didalamnya membawahi Food court dan arena bermain. Konsumen di food court dinasti diperbolehkan memakan makanannya ditempat atau *take away*. Food court dinasti swalayan menawarkan produk berupa menu makanan jajanan jenis berat (*meal*) dikarenakan masyarakat kecamatan Pare lebih menyukai makanan yang membuat kenyang diperut. Maka dari itu peneliti memilih untuk melakukan penyebaran angket terhadap responden yang membeli produk makanan jajanan jenis berat yang terletak di lantai dua Dinasti Swalayan Pare. Food court dinasti memiliki keunikan hanya menawarkan menu makanan saja. Jika konsumen ingin membeli minuman bisa turun ke lantai satu untuk membelinya. Peneliti juga memperoleh informasi dari responden mengenai produk yang sering dibeli oleh konsumen melalui penyebaran kuesioner di Dinasti Swalayan Pare sebagai berikut:

---

<sup>8</sup>Elly Lasmanawati dan Cica Yulia, "Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga", *Jurnal Penelitian Pendidikan Vol 13 No 1* (April 2012), Diakses 29 April 2021.

**Tabel 1.2**  
**Produk yang Sering Dibeli Konsumen Dinasti Swalayan**

<b>No.</b>	<b>Produk Makanan Berat</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Nasi goreng ala café	15
2.	Nasi goreng hongkong	8
3.	Nasi goreng biasa	5
4.	Cheese burger	3
5.	Mie goreng ala café	1
6.	Taiwanese chicken crispy	4
7.	Fish and Chips	4
<b>Total</b>		<b>40</b>

**Sumber: data diolah (2020)**

Berdasarkan tabel diatas produk makanan basah ada berbagai macam menu. Nasi goreng ala cafe menduduki posisi pertama dengan jumlah penjualan 15 porsi. Selanjutnya di posisi kedua ada nasi goreng hongkong dengan jumlah penjualan 8 porsi. Untuk posisi ketiga ada nasi goreng biasa dengan jumlah penjualan 5 porsi. Selain nasi goreng juga ada cheese burger dengan jumlah penjualan 3 porsi, Taiwanese chicken crispy dan fish and chips jumlah penjualan masing-masing 4 porsi. Untuk yang menduduki posisi paling rendah ada mie goreng ala cafe dengan jumlah penjualan 1 porsi. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa produk makanan basah yang paling sering di beli oleh konsumen, yaitu nasi goreng ala cafe.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 24-25 Agustus 2020 diperoleh informasi dari responden mengenai alasan membeli produk nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare Kediri sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Alasan membeli nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare Kediri**

<b>Alasan Membeli di Dinasti Swalayan</b>	<b>Jumlah</b>
Product: Produk yang dijual	16
Price: Harga	5
Place: Lokasi	11
Promotion: Promosi	8
<b>Total</b>	<b>40</b>

**Sumber: data diolah (2020)**

Hasil dari observasi tersebut terdapat 16 responden memilih produk, 5 responden memilih harga, 11 responden memilih lokasi, dan 8 responden memilih promosi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor paling tinggi yang mempengaruhi konsumen memilih belanja ke Dinasti Swalayan adalah karena produk dan lokasi. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Dinasti Swalayan Pare dengan judul **“Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Ala Cafe (Studi Pada Dinasti Swalayan Pare)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana produk nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare ?
2. Bagaimana lokasi nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare?
3. Bagaimana keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare?
5. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare?

6. Bagaimana pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala café di Dinasti Swalayan Pare?

### **C. Tujuan**

1. Mengetahui produk nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.
2. Mengetahui lokasi nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.
3. Mengetahui keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.
4. Mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.
5. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembial nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.
6. Mengetahui pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe terhadap keputusan pembelian.

### **D. Manfaat penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Penulis

Untuk melaksanakan teori dan wawasan yang diperoleh selama perkuliahan kedalam urusan yang terjadi dalam sebuah organisasi utamanya terkait pemasaran maupun keputusan pembelian.

- b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian

selanjutnya apabila ingin melanjutkan penelitian terutama terkait keputusan pembelian konsumen.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi Dinasti Swalayan Pare

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau mempertimbangkan keputusan sehingga perusahaan bisa menjadi semakin maju.

### b. Bagi konsumen

Diharapkan penelitian ini bisa memberi manfaat untuk konsumen agar memahami lebih detail sebelum memilih suatu produk.

## E. Telaah pustaka

Berikut ditambahkan telaah pustaka dari penelitian terdahulu, yaitu:

### 1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bayu Triyanto (2014)<sup>9</sup>.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa diperoleh koefisien harga  $r_{hitung} = 0,527 > r_{tabel (0,05)(49)} = 0,243$ . Dengan demikian dapat disimpulkan variabel produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian koefisien harga  $r_{hitung} = 0,427 > r_{tabel (0,005)(15)} = 0,243$ . Dapat disimpulkan variabel promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien harga  $r_{hitung} = 0,535 > r_{tabel (0,05)(18)} = 0,243$ . dapat disimpulkan harga juga berpengaruh secara signifikan

---

<sup>9</sup> Bayu Triyanto "Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014), 47.

terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian dan variabel bebasnya berupa produk dan tempat. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yaitu pada penelitian ini objek dilakukan pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta. Sedangkan peneliti melakukan penelitiannya pada Swalayan Dinasti Pare.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Linda Dwi Kurniawati (2015)<sup>10</sup>.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil untuk uji F yaitu  $F_{hitung}$  sebesar 31,870 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,473 sehingga bisa dilihat bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan sig.  $0,000 < 0,05$ . Maka bisa disimpulkan variabel lokasi, produk, harga dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji t diketahui  $t_{hitung}$  masing-masing variabel yaitu lokasi (3,510), produk (4,170), harga (6,122), pelayanan (3,286) dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,661. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan sig.  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, produk, harga, dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian dan variabel bebasnya berupa produk dan lokasi.

---

<sup>10</sup> Linda Dwi Kurniawati "Pengaruh Lokasi, Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Erafone Plaza Marina Surabaya" (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, Surabaya, 2015), 97.

Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yaitu pada penelitian ini objek dilakukan pada Toko Erafone Plaza Marina Surabaya. Sedangkan peneliti melakukan penelitiannya pada Swalayan Dinasti Pare.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Lestari (2016)<sup>11</sup>.

Dalam penelitian ini dapat diperoleh hasil nilai koefisien regresi harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,656, hal ini berarti harga memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien regresi produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,023, hal ini berarti produk memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Uji hipotesis yang diperoleh thitung = -0,166 dan nilai sig sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya ada pengaruh harga ( $X_1$ ) dan produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada variabel terikatnya, yaitu keputusan membeli dan variabel bebasnya, yaitu produk. Perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada variabel bebasnya, yaitu pada peneliti dahulu variabel bebas berupa harga, sedangkan dalam penelitian sekarang menggunakan variabel bebas berupa lokasi. Selain itu objek yang diteliti juga berbeda, yaitu pada penelitian ini objek dilakukan pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas FEBI. Sedangkan peneliti melakukan penelitiannya pada Swalayan Dinasti Pare.

---

<sup>11</sup> Ayu Lestari “*Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, 2016), 11.

## **F. Hipotesis Penelitian**

1. Ha: Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

H0: Tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

2. Ha: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

H0: Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

3. Ha: Terdapat pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

H0: Tidak terdapat pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasi goreng ala cafe di Dinasti Swalayan Pare.

## **G. Penegasan Istilah**

1. Produk

Produk adalah suatu penawaran yang nyata yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide.<sup>12</sup>

2. Lokasi

---

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 4.

Lokasi menurut Basu Swastha adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan dan untuk mengembangkan usahanya.<sup>13</sup>

### 3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan salah satu dari perilaku konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung dilakukan konsumen dalam menggunakan produk maupun jasa.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), 345.

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 221.