

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA USAHA WARUNG PENYETAN
AYAM GORENG TAMPAH LESTARI GROUP
DI JEBRES, KOTA SURAKARTA

JURNAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Devinta Agustina Putri Murdono
Nim : 2022515232
Prodi : Manajemen

UNIVERSITAS DHARMA AUB

SURAKARTA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

Nama : **Devinta Agustina Putri Murdono**
Nim : **2022515232**
Jurusan/Progdi : **Manajemen**
Judul Penelitian : **Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Warung Penyetan Ayam Goreng Tambah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta**
Nama Pembimbing : **BRM Suryo Triono, S.S., M.Hum. MM**

Surakarta, 30 Januari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Denny Mahendra, SE., MM.
NIDN. 0606077904

Pembimbing



BRM Suryo Triono, S.S., M.Hum. MM
NIDN. 0610058401

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Warung Penyetan Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta

The Influence Of Price, Location and Product Quality On Consumer Purchasing Decisions At The Tampah Lestari Group Fried Chicken Stuffing Stall Business in Jebres, Surakarta City

Devinta Agustina Putri Murdono¹

BRM Suryo Triono, S.S., M.Hum. MM

Program Studi Manajemen

Universitas Dharma AUB Surakarta

Email : devintaapm2003@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warung Penyet Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Kecamatan Jebres, Kota Surakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner dan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

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

Abstract

This study aims to analyze the effect of price, location, and product quality on consumer purchasing decisions at Warung Penyet Ayam Goreng Tampah Lestari Group in Jebres District, Surakarta City. The research uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires and purposive sampling technique. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that price, location, and product quality have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords : Price, Location, Product Quality, and Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam satu dekade terakhir, termasuk di Kota Surakarta. Perkembangan ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya mobilitas, serta tingginya minat terhadap makanan yang praktis dan terjangkau. Beragam pilihan usaha kuliner, mulai dari makanan tradisional hingga modern seperti warung penyetan, membuat konsumen semakin selektif dalam menentukan tempat makan. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk menampilkan keunikan dan keunggulan kompetitif agar mampu menarik minat beli konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat.

Warung penyetan ayam merupakan salah satu jenis usaha kuliner yang memiliki potensi pasar besar dan diminati oleh berbagai kalangan usia. Cakupan pasar yang luas, didukung oleh menu ayam, lalapan segar, serta variasi sambal, menjadikan usaha ini terus berkembang. Namun, banyaknya usaha

sejenis di Kota Surakarta menyebabkan persaingan yang tinggi, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Warung Penyetan Ayam Goreng Tambah Lestari Group merupakan salah satu usaha yang menghadapi persaingan langsung dengan warung penyetan lainnya. Hasil observasi awal menunjukkan adanya fluktuasi jumlah pengunjung serta perbedaan persepsi konsumen terhadap aspek pemasaran. Variasi pandangan konsumen ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian tidak terlepas dari faktor-faktor pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha.

Harga, lokasi, dan kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen dan harus disesuaikan agar tidak menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas produk. Lokasi usaha berperan dalam kemudahan akses dan jumlah kunjungan konsumen. Sementara kualitas produk terutama cita rasa, kebersihan, dan inovasi menentukan tingkat kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Rumusan Masalah :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung penyetan ayam goreng tambah lestari group di Jebres, Kota Surakarta?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung penyetan ayam goreng tambah lestari group di Jebres, Kota Surakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung penyetan ayam goreng tambah lestari group di Jebres, Kota Surakarta?
4. Apakah harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung penyetan ayam goreng tambah lestari group di Jebres, Kota Surakarta?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian ini adalah konsumen warung penyetan ayam tambah yang pernah melakukan pembelian produk penyetan yang berlokasi di RT 02 / RW 04, Sewu, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Penyetan Ayam Goreng Tambah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden pernah melakukan pembelian di warung tersebut.

Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan terkait variabel harga, lokasi, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Data ini diukur menggunakan skala likert kemudian dianalisis melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak dan dapat dipercaya.

Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum pengujian hipotesis dilaksanakan, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

PEMBAHASAN

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian dinyatakan valid dan reliabel. Nilai r-hitung setiap item lebih besar dibandingkan r-tabel, serta nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation

Factor (VIF) pada seluruh variabel independen, yaitu Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk, berada di bawah angka 10, yang menandakan tidak adanya multikolinearitas pada model regresi.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa setiap masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson menunjukkan nilai Durbin-Watson berada di antara batas atas (DU) dan 4-DU, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami autokorelasi.

Uji Regresi

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,350	1,137		2,066	,041		
	Harga	,234	,099	,239	2,363	,020	,364	2,746
	Lokasi	,314	,075	,333	4,198	,000	,591	1,691
	Kualitas Produk	,323	,095	,341	3,390	,001	,367	2,721

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,350 + 0,234 X_1 + 0,314 X_2 + 0,323 X_3$$

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
Variabel Harga (X_1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,363 dengan tingkat signifikansi 0,020 ($< 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Goreng Tambah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta, sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima.
2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
Variabel Lokasi (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,198 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Goreng Tambah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta, sehingga hipotesis kedua terbukti.
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
Variabel Kualitas Produk (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,390 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ayam Goreng Tambah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238,892	3	79,631	57,674	,000 ^a
	Residual	132,548	96	1,381		
	Total	371,440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji F diketahui sebesar 57,674 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,802 ^a	,643	,632	1,175	1,959

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi , Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, hasil Adjusted R Square diketahui sebesar 0,632 berarti bahwa 63,2% Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta, sedangkan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti. Misalnya : kualitas pelayanan, citra merek, promosi, dan lain-lain.

PEMBAHASAN

Hasil Uji t diketahui bahwa variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai sebesar 2,363 dengan tingkat signifikansi $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, apabila Harga semakin baik, maka tingkat Keputusan Pembelian juga akan semakin meningkat dalam melakukan pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Aurelia, 2024), (Wijayanti, T. & Sujianto, 2022), (Fadhli, K. & Puspaningrum, 2025), (Pratiwi & Sumaryanto, 2024) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian empiris yang dilakukan oleh (Susanto et al., 2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji t diketahui bahwa variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai sebesar 4,198 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, apabila Lokasi semakin baik, maka tingkat Keputusan Pembelian juga akan semakin meningkat dalam melakukan pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Aurelia, 2024), (Susanto et al., 2022), (Pratiwi & Sumaryanto, 2024) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian empiris yang dilakukan oleh (Wijayanti, T. & Sujianto, 2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai sebesar 3,390 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, apabila Kualitas Produk semakin baik, maka tingkat Keputusan Pembelian juga akan semakin meningkat dalam melakukan pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Aurelia, 2024), (Susanto et al., 2022), (Wijayanti, T. & Sujianto, 2022), (Pratiwi & Sumaryanto, 2024)) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian empiris yang dilakukan oleh (Fadhli,

K. & Puspaningrum, 2025). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

IMPLIKASI MANAJERIAL

1. Kualitas Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Upaya peningkatan kualitas produk dapat difokuskan pada indikator X3.2 (0,514) dan X3.4 (0,487), dengan langkah sebagai berikut :

- a. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu meningkatkan keunikan sambal sebagai ciri khas utama yang membedakan dari warung sejenis.
- b. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu meningkatkan tampilan kemasan agar lebih menarik dan informatif.

2. Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Lokasi yang strategis dan didukung fasilitas yang memadai mampu meningkatkan kenyamanan dan minat beli konsumen. Upaya peningkatan aspek lokasi dapat difokuskan pada indikator X2.3 (0,583) dan X2.2 (0,531), dengan langkah sebagai berikut :

- a. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu menjaga dan meningkatkan kenyamanan serta kapasitas tempat makan agar mampu menampung pelanggan dengan baik.
- b. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu menyediakan dan mengelola area parkir yang memadai untuk memudahkan konsumen.

3. Harga

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen mampu meningkatkan keputusan pembelian. Upaya peningkatan persepsi harga dapat difokuskan pada indikator X1.1 (0,512) dan X1.3 (0,481), dengan langkah sebagai berikut :

- a. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu menjaga keterjangkauan harga agar tetap sesuai dengan daya beli konsumen.
- b. Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group perlu memastikan kesesuaian antara harga dan manfaat yang diterima konsumen sehingga tercipta nilai yang sepadan

KESIMPULAN

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa secara simultan harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Ayam Goreng Tampah Lestari Group di Jebres, Kota Surakarta.
3. Hasil Uji F (simultan) menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada variabel keputusan pembelian.
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk mampu menjelaskan perubahan pada variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Aurelia, L. (2024). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kem chicks pik*. 7(2), 34–46.

Fadhli, K. & Puspaningrum, R. (2025). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mamy Poko Di Point Kids Kandangan*. 2(6), 410–423.

Pratiwi, A. G., & Sumaryanto, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Raja Sugiarto di Solo*. 2(3).

Susanto et al. (2022). *The Influence Of Price , Product Quality And Location On The Purchase Decision Of Local Food Snacks And Souvenirs For The Sukamaju Farming Group , Ajaobaki Village , Mollo Utara District , South Timor Regency*. 06(01), 131–138.

Wijayanti, T. & Sujianto, A. (2022). *PRICE , LOCATION , PRODUCT QUALITY AND PURCHASE DECISION AC- CORDING TO ISLAMIC PERSPECTIVE*. 5, 32–41.