

**MEMBANGUN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN TERNAK DARI DIMENSI
KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI
(Studi Pada CV. Lilin Mas Feed Karanganyar)**

JURNAL

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Mengikuti Ujian Akhir Program Sarjana Ekonomi (S 1)**



Oleh :

**NAMA : Daniel Cloudyo Julius Tito
NIM : 2022515256
PROGDI : S1 MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DHARMA AUB
SURAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN BIMBINGAN

NAMA : DANIEL CLOUDYO J T
NIM : 2022515256
JUR/PROGDI : S1 MANAJEMEN
JUDUL : MEMBANGUN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAN TERNAK DARI DIMENSI KUALITAS
PRODUK, HARGA DAN LOKASI (Studi Pada
CV. Lilin Mas Feed Karanganyar)
DOSEN PEMBIMBING : AMBAR WARIATI,SH,MM,MH.

Surakarta, 25 November 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Manajemen



Denny Mahendra, SE, MM
NIDN. 0606077904

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Ambar Wariat, SH, MM, MH
NIDN. 0604016701

ABSTRAKSI**MEMBANGUN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN TERNAK DARI DIMENSI KUALITAS
PRODUK, HARGA DAN LOKASI****(Studi Pada CV. Lilin Mas Feed Karanganyar)**Building Animal Feed Purchase Decisions From The Dimensions Of Product Quality, Price, And
Location

(Study at CV. Lilin Mas Feed Karanganyar)

DANIEL CLOUDYO JULIUS TITO

(danielcloudyo1001@gmail.com)

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui secara empiris secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. Dalam penelitian ini menggunakan teori sampel dari Slovin, didapatkan 90 konsumen dengan teknik Convenience Sampling. Jenis dan sumber data diperoleh dari sumber data primer. Data dikumpulkan dengan cara membuat kuesioner mengenai kualitas produk, harga, lokasi dan keputusan pembelian. Data hasil penelitian dianalisis dengan uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas produk, harga, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi dapat menerangkan variabel keputusan pembelian sebesar 76.1%, sisanya 23.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti marketing, cuaca, transportasi, dll)

Kata kunci: kualitas produk, harga, lokasi, keputusan pembelian.

The purpose of this study is to empirically determine partially or simultaneously the influence of product quality, price and location on the decision to purchase animal feed CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. In this study using the sample theory from Slovin, 90 consumers were obtained with the Convenience Sampling technique. The type and source of data were obtained from primary data sources. Data were collected by making a questionnaire regarding product quality, price, location and purchasing decisions. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis, t-test, F-test and coefficient of determination. The results of the analysis showed that partially or simultaneously the influence of product quality, price, location had a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the determination coefficient calculation showed that the variables of product quality, price, location can explain the purchasing decision variable by 76.1%, the remaining 23.9% is influenced by other variables not included in this study like marketing, wheater, transportation.

Keywords: product quality, price, location, purchase decision

A. PENDAHULUAN

CV. Lilin Mas Feed Karanganyar adalah perusahaan pakan konsentrat ruminansia dengan merek dagang LM-021 yang berasal dari Karanganyar, Jawa Tengah, menjadi salah satu perusahaan karya anak bangsa yang berfokus pada produksi dan penjualan pakan Ruminansia (Sapi perah, Pedaging, Domba dan Kambing). CV. Lilin Mas Feed Karanganyar memahami betul bahwa sapi adalah aset penting bagi peternak, dan kualitas pakan mereka adalah hal yang sangat penting bagi kesuksesan bisnis mereka. Oleh karena itu, CV. Lilin Mas Feed Karanganyar bekerja keras untuk menyediakan pakan sapi perah berkualitas tinggi yang dapat membantu peternak mendapat keuntungan dari peningkatan produktivitas daging dan susu sapi.

Kualitas produk pakan yang CV. Lilin Mas Feed Karanganyar sudah terbukti unggul dan diakui oleh mitra strategis atau para peternak. Perusahaan selalu menjaga kualitas melalui Tim Ahli Nutrisi dan teknologi pakan yang selalu berinovasi dan berkembang untuk meningkatkan kualitas produk. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar juga memastikan bahwa setiap produk kami memenuhi standar kualitas sesuai SNI pemerintah Indonesia dan Keamanan pangan yang ketat sesuai SOP yang berlaku.

Industri pakan ternak memiliki peran penting dalam mendukung produktivitas peternakan, yang merupakan salah satu sektor utama dalam pertanian di Indonesia. Salah satu perusahaan yang aktif dalam industri ini adalah CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, yang telah dikenal sebagai produsen pakan ternak berkualitas. Persaingan yang semakin ketat di pasar pakan ternak memaksa perusahaan untuk terus meningkatkan daya saing, baik melalui inovasi produk maupun strategi pemasaran.

Dalam menghadapi persaingan ini, tiga faktor utama sering menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian, yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi (Kotler, 2016). Kualitas produk menjadi elemen krusial karena berkaitan langsung dengan hasil yang akan diperoleh peternak dari ternak mereka. Konsumen cenderung memilih produk yang dapat memberikan nutrisi optimal bagi hewan ternaknya. Harga juga memegang peranan penting, terutama dalam konteks peternak kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan anggaran. Konsumen akan mempertimbangkan keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh. Lokasi menjadi

faktor tambahan yang memengaruhi kemudahan akses terhadap produk, biaya transportasi, serta kecepatan pengadaan pakan.

Dengan mempertimbangkan pentingnya ketiga faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas produk, harga, dan lokasi memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, (Kotler, 2016: 177). Sedangkan Alma, (2016: 96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh: ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan, process. Sehingga keseluruhan hal tersebut di atas membentuk sebuah sikap dalam benak konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul terhadap pilihan pada produk apa yang akan mereka dibeli.

Faktor kualitas produk merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu bisnis. Menurut Kotler, (2016: 145), "kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat". Konsumen mengharapkan produk yang mereka beli berkualitas tinggi dan sesuai dengan harapan bahwa mereka akan puas. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Selain faktor kualitas produk, faktor harga juga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu

bisnis. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tau harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2016: 147).

Harga juga merupakan hal terpenting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar memberikan janji kepada calon konsumen akan harga yang tertera di daftar harga tetapi kadang dalam kenyataannya masih ada beberapa konsumen mengatakan bahwa harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk rumah yang dibeli.

Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian untuk membeli suatu produk. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha perumahan, tersedianya akses transportasi tentunya akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk membeli produk atau memakai jasa, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi atau tempat tersebut.

Lokasi CV. Lilin Mas Feed Karanganyar memberikan fasilitas yang cukup memadai seperti parkir luas, akses mudah, jalanan lebar, berada dipusat Kota Karanganyar akan tetapi fenomena yang terjadi adalah bahwa konsumen dalam mengambil keputusan pembelian menjadi salah satu masalah, disaat jalan raya ramai, membuat akses konsumen menjadi terhambat dan terkadang membuat arus lalu lintas menjadi macet.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian ini akan mengkaji ulang peneliti sebelumnya sehingga apa yang menjadi hasil penelitian nantinya akan mempertegas dan memperkuat teori yang ada. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menguji penelitian dengan judul “MEMBANGUN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN

TERNAK DARI DIMENSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI (Studi Pada CV. Lilin Mas Feed Karanganyar)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar?
- b Apakah harga berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar?
- c Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan jelas ruang lingkupnya, maka dikemukakan pembatasan masalah sebagai berikut:

- a Penelitian dilakukan di Kabupaten Karanganyar. Dengan obyek penelitian adalah konsumen CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.
- b Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah variabel independen: kualitas produk, harga dan lokasi sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris bahwa:

- a Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.
- b Mengetahui secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.
- c Mengetahui secara empiris pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.

2. Manfaat Penelitian

Bagi peneliti

Memperluas pandangan atau wawasan mengenai pentingnya kualitas produk, harga dan lokasi untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran.

Bagi institusi pendidikan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna untuk penyempurnaan ilmu ekonomi.

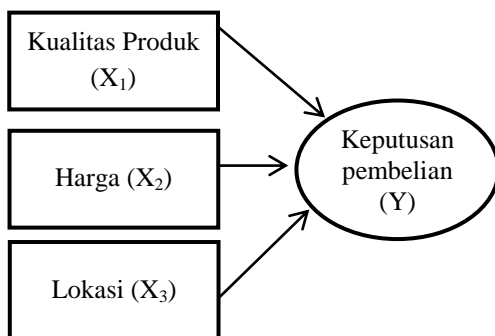
Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan dalam pengelolaan strategi pemasaran beserta segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih baik

Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumbangan pemikiran bagi berbagai pihak yang akan mengadakan kajian lebih luas dalam bahasan ini.

Kerangka Pemikiran



Gambar II.1 kerangka pemikiran

Sumber: Cynthia (2022), Aprileny (2021), Lestari (2021), Suratmiyati (2020), Kumala (2020), Nadiya (2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan pengambilan data tersebut menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul diolah menggunakan alat analisis *SPSS for Windows*, untuk menemukan hasil dari pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai di pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. yang berjumlah 90 konsumen, yang seluruhnya kemudian dijadikan sampel penelitian.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian.. Variabel independen (X) dalam penelitian ini terdiri atas : Kualitas Produk, Harga dan Lokasi

Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrument, yang terdiri dari uji validitas dan realibilitas. Uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji

Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas,. Dan uji hipotesis, yang terdiri dari Analisis Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.

HASIL PENELITIAN

Pengujian validitas dilakukan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), r_{tabel} dari penelitian ini adalah 0,304. Hal ini berarti masing-masing item pertanyaan dari variabel Kualitas Produk, Harga dan Lokasi. terbukti valid.

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, memiliki nilai *alpha cronbach* 0.852 lebih besar dari 0,60, Harga, memiliki nilai *alpha cronbach* 0.780 lebih besar dari 0,60, Lokasi memiliki nilai *alpha cronbach* 0.818 lebih besar dari 0,60, dan Keputusan pembelian memiliki nilai *alpha cronbach* 0.832 lebih besar dari 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa instrument yang digunakan telah memenuhi syarat reliabilitas.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandartized Residual
Klmogorov-Smirnov Z	0.692
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.725

Berdasarkan tabel hasil pengolahan data diperoleh nilai asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,725 lebih besar dari 0,05 maka data menunjukkan normal.

Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0.595	1.679	Tidak terjadi Multikolinieritas
Harga	0.637	1.571	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kreatifitas	0.621	1.610	Tidak terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel dapat dikatakan bahwa variabel tersebut terbebas dari multikolinieritas karena nilai Variance Inflation Factor (VIF) <10 dan nilai Tolerance >0,10.

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

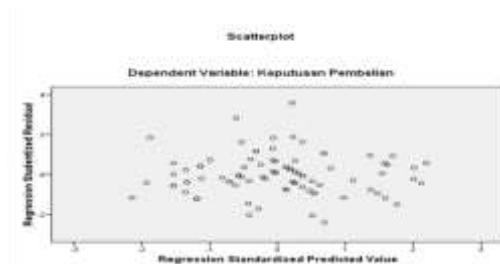
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 ^a	.769	.761	1,795	1,927

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,927 berada diantara -2 dan 2 maka disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi

Hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil output perhitungan uji heteroskedastisitas menggunakan uji grafik scatterplot menunjukkan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak ada heterokedastisitas

Hasil regresi linier berganda pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Err.	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,351	1,495		-1,572	,130		
	Kualitas Produk	,561	,069	,908	8,428	,000	,999	1,079
	Harga	,483	,100	,286	4,408	,000	,937	1,071
	Lokasi	,222	,087	,172	2,618	,010	,821	1,019

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = -2.351 + 0.566 (X1) + 0.286 (X2) + 0.172 (X3)$$

Dari persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut.

- α : -2.351 menunjukkan konstanta keputusan pembelian negatif. Artinya apabila variabel kualitas produk, harga dan lokasi sama dengan nol atau tetap, maka keputusan pembelian menurun.
- β_1 : 0.581, menunjukkan koefisien kualitas produk positif. Artinya apabila kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga

akan meningkat dengan asumsi variabel lain yaitu harga dan lokasi konstan.

- β_2 : 0.286, menunjukkan koefisien harga positif. Artinya apabila harga ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat dengan asumsi variabel lain yaitu kualitas produk dan lokasi konstan.
- β_3 : 0.222, menunjukkan koefisien lokasi positif. Artinya apabila lokasi ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan meningkat dengan asumsi variabel lain yaitu kualitas produk dan harga konstan.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji t

Variable	Sig	Kesimpulan
Kualitas produk	0.000	Signifikan
Harga	0.000	Signifikan
Lokasi	0.010	Singnifikan

Berdasarkan analisis tabel 6, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Kualitas produk mempunyai nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 1 diterima.
- Harga mempunyai nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 2 diterima.
- Lokasi mempunyai nilai signifikansi $0.010 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis 3 diterima..

.Hasil uji F pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	922,612	3	307,537	95,465	,000 ^b
	Residual	278,888	88	3,221		
	Total	1199,500	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan F test diperoleh signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Berarti variabel kualitas produk, harga

dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji determinasi pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 ^a	.769	.761	1,795	1,927

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS tersebut, diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0.761, hal ini berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 76.1% sedangkan sisanya 23.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini misalnya periklanan, promosi dan word of mouth..

PEMBAHASAN

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, artinya apabila Kualitas produk ditingkatkan, maka keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar akan meningkat secara signifikan, hal ini dikarenakan kualitas produk pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar sangat baik seperti pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar memiliki banyak pilihan, memiliki berbagai fitur dan bisa menyesuaikan keinginan konsumen .

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumala (2020) dan Lestari (2021) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan Terhadap keputusan pembelian. Berbeda temuan dengan peneliti sebelumnya penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadiya (2020) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, artinya

apabila harga ditingkatkan, maka keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar akan meningkat secara nyata, hal ini dikarenakan harga pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar sangat baik seperti harga terjangkau, lebih murah dibanding dengan produsen pakan ternak lain dan harga yang dibayar sesuai dengan kualitasnya.

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprileny (2021) dan Kumala (2020) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda temuan dengan peneliti sebelumnya penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Suratmiyati (2020) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh tidak signifikan Terhadap keputusan pembelian.

3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, artinya apabila lokasi ditingkatkan, maka keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar akan meningkat secara signifikan, hal ini dikarenakan lokasi CV. Lilin Mas Feed Karanganyar sangat baik seperti akses yang mudah, mudah dilihat dan jelas serta lokasi CV. Lilin Mas Feed Karanganyar aman dan nyaman. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2021) dan Suratmiyati (2020) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa lokasi berpengaruh signifikan Terhadap keputusan pembelian. Berbeda temuan dengan peneliti sebelumnya penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian, yang dilakukan oleh Cynthia (2022) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data mengenai pengaruh Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi dihasilkan:

1. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar. Artinya

apabila ke-3 variabel tersebut dinaikan maka keputusan pembelian juga meningkat.

2. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.
3. Berdasarkan hasil uji F variabel kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.
4. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0.761, hal ini berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 76.1% sedangkan sisanya 23.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini misalnya periklanan, promosi dan word of mouth.
5. Kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah direncanakan dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat keterbatasan penelitian, antara lain :

1. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner, sehingga peneliti tidak dapat mengantisipasi terjadinya kesalahan atau ketidakmampuan responden dalam menjawab pertanyaan.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, harga dan lokasi perlu diuji pada obyek penelitian yang lainnya, misalnya perbankan, pegadaian dan dealer kendaraan.

C. Saran

1. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, hendaknya meningkatkan Kualitas produk pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar dengan cara seperti:
 - a. Pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar bisa meningkatkan kualitas produk menyesuaikan keinginan konsumen demi meningkatkan keputusan pembelian seperti konsumen bisa me-request atau menghendaki bahan baku yang low grade sampai premium grade.
 - b. Pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar bisa menggunakan bahan berkualitas tinggi demi meningkatkan

proses perkembangan dan pertumbuhan ternak yang sedang diaplikasikannya.

- c. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar bisa menggunakan kemasan(Karung dan pastik inner) yang standar bagus demi meningkatkan pakan ternak yang awet dan tahan lama dalam pemakaian.
2. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, di sarankan untuk tetap meningkatkan dan mempertahankan harga pakan ternak CV. Lilin Mas Feed Karanganyar seperti:
 - a. Harga pakan ternak yang ditawarkan CV. Lilin Mas Feed Karanganyar lebih terjangkau dibanding produsen pakan ternak lain yang lain
 - b. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar bisa meningkatkan strategi pemasaran dengan membuat bundling pembelian minimal sekian atau dengan pembelian yang telah mencapai nominal sekian bisa mendapat potongan harga atau barang untuk meningkatkan daya pembelian konsumen.
 - c. Harga pakan ternak yang ditawarkan CV. Lilin Mas Feed Karanganyar sebanding dengan kegunaan dan manfaat yang konsumen minta. Ada konsumen yang minta pakan khusus ternak yang sedang menyusui atau sedang tahap penggemukan.
3. CV. Lilin Mas Feed Karanganyar, di sarankan untuk meningkatkan lokasi CV. Lilin Mas Feed Karanganyar dengan cara seperti:
 - a. Membuka cabang dengan Lokasi yang tidak terlalu padat atau tidak pernah terjadi kemacetan
 - b. Lokasi yang mudah diakses dan mudah di jangkau sarana transportasi umum maupun pribadi.
 - c. Lokasi yang dapat dilihat dengan mudah dan jelas dengan google maps/peta bagi pengguna Iphone.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan populasi yang lebih luas dan sampel yang lebih besar sehingga hasilnya akan lebih baik dalam pemasaran dan keputusan pembelian oleh konsumen.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel penelitian maupun indikator penelitian yang lain agar penelitian semakin lengkap dan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

- Tilman. A. D., H. Hartadi., S. Reksohadiprodjo., S. Prawirokusumo dan S. Lebdosoekojo. 1998. Ilmu Ternak Dasar. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Basu Swasta dan Hani Handoko. 2015. Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Cynthia. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Managemen, 15th Edition. Pearson Education,Inc.
- Kumala. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Hasanah Mulia Investama." Universitas Negeri Surabaya.
- Agustono, A.S, Widodo dan W. Paramita. 2010. "Kandungan Protein Kasar dan Serat Kasar pada Daun Kangkung Air (Ipomoea aquatica) yang Difermentasi" Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan 2(1): 37-43
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suratmiyati. 2020. "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian." STIE Indocakti Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.