SARI

Yuliani, 2005. "*Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di ABC Swalayan Purbalingga*". 71 h.

Kata kunci : lokasi, harga, pelayanan dan keputusan konsumen berbelanja.

Keputusan konsumen berbelanja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor marketing mix sebagai strategi pemasarannya. Lokasi, harga dan pelayanan adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dalam pengambilan keputusan berbelanja. Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis mengajukan permasalahan sebagai berikut : Adakah pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan Purbalingga, dan seberapa besar pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan Purbalingga, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan Purbalingga.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen ABC Swalayan Purbalingga. Jumlah konsumen ABC Swalayan tidak terbatas sehingga populasinya tidak terbatas. Sampel dalam penelitian ini diambil secara aksidental, yaitu siapa saja yang kebetulan dijumpai sedang berbelanja di ABC Swalayan. Dalam penelitian ini sampel diambil sebanyak 120 orang. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel lokasi (X1), variabel harga (X2), variabel pelayanan (X3) dan variabel keputusan konsumen berbelanja (Y). Data diambil melalui metode kuesioner (angket), metode wawancara dan metode observasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan didukung dengan analisis deskriptif persentase.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi Y = 4,760 + 0,228X1 + 0,208X2 + 0,308X3, dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan Purbalingga sebesar 57,9%. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, diperoleh hasil pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di ABC Swalayan untuk variabel pelayanan sebesar 23,23%, variabel lokasi sebesar 13,03% dan variabel harga sebesar 6,91%. Sedangkan berdasarkan analisis deskriptif persentase diperoleh bahwa variabel lokasi dalam kategori baik, sedangkan variabel harga, variabel pelayanan dan variabel keputusan konsumen berbelanja dalam kategori cukup baik.

Disarankan untuk lebih memperhatikan faktor pelayanan, karena variabel pelayanan mempunyai pengaruh paling besar dalam keputusan konsumen berbelanja. Hendaknya mutu pelayanan lebih ditingkatkan dengan

cara menambah troli, penataan barang yang teratur, barang belanjaan konsumen yang banyak atau berat dibantu dibawakan sampai ke mobil atau angkutan, serta keaktifan, kecakapan, keramahan dan kecepatan melayani konsumen oleh para pramuniaga juga harus lebih ditingkatkan agar konsumen merasa lebih diperhatikan. Faktor lokasi juga perlu diperhatikan, karena masih ada 43 responden (35,8%) yang mengatakan ketersediaan sarana/fasilitas seperti toilet/WC, tempat parkir bagi pengunjung masih kurang memadai. Mengenai harga, juga perlu diperhatikan meskipun pengaruhnya kecil terhadap keputusan berbelanja. Harga yang tetap terjangkau akan membuat konsumen tetap memilih ABC Swalayan sebagai tempat dimana konsumen melakukan pembelian. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan variabel yang berbeda.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES