



Journal of Sharia and Law
Vol. 2, No. 4 Oktober 2023, h. 1183-1208
Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State
Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15
Pekanbaru, Riau.
Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

Journal of Sharia and Law E-ISSN: 2964-7436

Irwandi, Afdhol Rinaldi, Hairul Amri: Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan
Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Menurut Ekonomi Syariah

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN MENURUT EKONOMI SYARIAH

Irwandi¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: irwantanfelix@gmail.com

Afdhol Rinaldi²

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: afdhal.rinaldi@gmail.com

Hairul Amri³

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: ayahaini73@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh situasi peningkatan diawal dan mengalami penurunan tiap tahun dari segi konsumen dan yang mempengaruhi penurunan pengunjung pada Stadion Cafe ini adalah banyaknya Cafe disekitar lokasi yang baru dibuka dan lebih banyak menawarkan menu dan berbagai inovasi lainnya termasuk harga yang lebih murah dibandingkan dengan Stadion Cafe, kemudian karena cafe lainnya yang memiliki lebih banyak objek yang instagramable yang dijadikan pengunjung sebagai tempat untuk berfoto. Penelitian ini dilakukan pada Stadion Cafe, populasi dalam penelitian ini adalah kunjungan konsumennya 567, sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 orang yang diambil dari rumus slovin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan hasil uji regresi berganda secara simultan, hasil uji-F menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu harga dan lokasi dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan $F_{hitung} (44.961) > F_{tabel} (3,110)$ memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian, hasil uji koefisien determinansi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 52,3%, hal ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah kuat sedangkan sisanya sebesar 47,7% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah yaitu stadion café dalam

menjual makanan dan minuman ini dalam menjual produknya mengedepankan nilai kejujuran yaitu makanan dan minuman itu halal.

Kata kunci : Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

Abstract

The background of this research is the situation of increasing at the beginning and decreasing every year in terms of consumers and what influences the decrease in visitors to this Stadio Cafe is that there are many cafes around the location that have just opened and offer more menus and various other innovations including lower prices compared to the Stadio Cafe. , then because other cafes have more instagramable objects that visitors use as places to take pictures. This research was conducted at the Stadio Cafe, the population in this study was 567 customer visits, the sample in this study was 85 people taken from those taken from the slovin formula with the sampling technique using accidental sampling. Data collection techniques through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The results of the study explain the results of multiple regression tests simultaneously, the results of the F-test show that the two independent variables, namely price and location with a significant value of 0.000 and Fcount (44,961) > Ftable (3.110) make a large contribution to the purchasing decision variable, the results of the coefficient test determinance (R²) shows that the contribution of price and location variables to purchasing decisions is 52.3%, this means that the contribution of price and location variables to purchasing decisions is strong while the remaining 47.7% is determined by other variables outside this study. The sharia economic review of the effect of price and location on consumer decisions in purchasing food and drinks at the Langgini Bangkinang Ward Café Stadium does not conflict with the principles of Islamic economics, namely the Stadio Café in selling food and drinks promotes the value of honesty in selling food and drinks, namely halal food and drinks.

Keywords: Price, Location, and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Di era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan pelanggan. Semua kegiatan dilakukan pelanggan oleh perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan nilai yang membuat pelanggan puas tentang anda rasakan.¹

Islam menganjurkan kita untuk berusaha dan giat bekerja terdapat dalam Al-qur'an Ar-Ra'd:

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُ مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

¹ Nur Kholiq, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro EAST PROJECT di Kediri", Simki Ekonomic, Vol. 01 No. 02 (2017).

Artinya : *Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (Q.S Ar-Rad : 11)*

Maksud ayat diatas ialah Allah Swt menyuruh kita sebagai umatnya untuk bekerja dan berusaha di muka bumi ini. Begitu banyak aspek yang mempengaruhi dalam meningkatkan kesejahteraan tersebut yaitu dari sektor kewirausahaan. Ada berapa jenis bisnis yang bisa dilakukan, yaitu berdagang. Berdagang adalah usaha yang memiliki basis yang beragam. Mulai dari usaha dagang yang kecil sampai usaha dagang yang besar. Transaksi yang timbul pada di perdagangan yaitu mengharapkan profit atau keuntungan, karena pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah mendapatkan keuntungan.

Banyak sekali faktor yang berperan terhadap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, seperti harga dan lokasi. Konsumen memiliki kebutuhan dan harapan tertentu. Perusahaan yang paling dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan adalah perusahaan yang berkualitas.² Selain itu, Harga dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Saat melakukan keputusan pembelian, konsumen pasti mengetahui harga dan membeli produk yang paling mahal.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan pada produk atau layanan.³ Makanan yang enak dengan harga yang terjangkau pasti memiliki banyak peminat. Dan sebaliknya, apabila harga suatu makanan dan minuman itu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli makanan dan minuman tersebut dikarenakan harga nya jauh dari terjangkau. Konsumen selalu memperhitungkan harga yang cocok untuk konsumen yang sesuai dengan keinginannya.

Faktor pertama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli yaitu harga. Sebagaimana dijelaskan *Philip Kotler*, harga telah menjadi aspek terpenting dalam menentukan keputusan pembeli. Secara umum, harga adalah nilai total yang diperdagangkan pembeli untuk kepentingan memiliki barang.⁴ Harga merupakan nilai ukuran pertukaran yang kompetitif dengan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan atau jasa yang diinginkan.

Stadion Cafe dikelurahan langgini ini memiliki ciri khusus tersendiri dalam menarik perhatian para pembeli, yaitu dengan memperluas pekarangan rumah

² Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet. ke-2, hlm. 44.

³ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2003), hlm. 79.

⁴ Rissa Mustika Sari. Prihartono, "*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*", Jurnal Ilmiah MEA, (Vol. 05 No. 03, 2017) hlm, 1171.

yang disediakan taman bermain seperti ayunan, tempat studio untuk berfoto, taman yang luas dan parkir yang sangat lega dan tidak sempit. Sebagai salah satu usaha yang sangat berkembang saat ini dan memiliki kemajuan yang signifikan, hal ini bisa dilihat dari pelaku usaha lain yang semakin bertambah untuk melakukan usaha sejenis. Dalam hal ini tak lain dan tak bukan menciptakan keuntungan karena adanya rasa bersaing dengan usaha sejenis.

Menyadari akan pesaing yang semakin bertambah, stadion café dikelurahan langgini ini tentu melakukan segala inovasi yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen agar untuk keesok hari nya ingin kembali lagi sebagai bentuk kepuasan konsumen itu sendiri. Menyikapi pesaing yang semakin bertambah, stadion café dikelurahan langgini memfokuskan harga yang ditentukan pada makanan dan minuman yang dijual memiliki harga yang murah, variatif dan bersaing. Hal ini jelas dilakukan oleh pemilik stadion cafe dikelurahan langgini yang bertujuan agar konsumen yang sudah datang tidak enggan untuk datang kembali.

Faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan yang diambil konsumen untuk membeli produk. Menurut Lupiyoadi, dikutip Fahrudin, lokasi tersebut adalah tempat perusahaan berkantor pusat dan melakukan kegiatan operasi.⁵ Jadi, lokasi di sini adalah posisi fisik atau tempat di jenis usaha atau bidang usaha yang akan dijalankan. Menurut Buchari yang dikutip oleh Setiaji mengatakan, bahwa pemilihan lokasi yang tepat dan strategis akan menentukan tingkat keberhasilan atau kegagalan bisnis di masa depan.⁶

Lokasi toko sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Lokasi harus dipilih dengan pertimbangan sebaik mungkin. Jika perusahaan melakukan kesalahan dalam memilih tempat usaha, maka perusahaan harus menerima resiko kerugian atau kegagalan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan Tjiptono dan Chandra dikutip oleh Harahap menyatakan, bahwa ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi, salah satunya adalah persaingan atau lokasi pesaing.⁷ Dari segi lokasi stadion cafe dikelurahan langgini berada dilokasi yang strategis yaitu dipersimpangan jalan dekat dengan SMP, Stadion Tuanku Tambusai Bangkinang dan terletak di persimpangan yang visibilitasnya terlihat jelas dan lalu lintas yang lancar yang membuat stadion café ini letaknya sangat strategis. Dan untuk halaman parkirnya sendiri itu sangat luas dan nyaman.

⁵ Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, "Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya", *Journal of Business and Banking* (Vol. 5, No. 1, 2015), hlm. 152.

⁶ Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi", *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis* (Vol. 6, No. 1, 2018), hlm. 7

⁷ Dedy Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan", *Jurnal Keuangan dan Bisnis* (Vol. 7, No. 3, 2015), hlm. 22.

Salah satu kajian ekonomi adalah keputusan pembeli, yaitu keputusan pembelian merupakan suatu proses dalam pembelian yang sebenarnya, terlepas dari apakah pembelian tersebut membeli atau tidak.⁸ Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen mengambil tindakan mengenai konsumsi produk dan jasa yang diinginkan.⁹

Stadion Cafe merupakan cafe yang sudah berdiri sejak tahun 2017. Berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis menemukan bahwa untuk dari segi harga makanan yang dijual itu terbilang semuanya terjangkau yang gunanya untuk menjadi daya tarik para pembeli dan juga meningkatkan penjualan di Stadion Cafe. Untuk mengetahui macam makanan, minuman dan harga pada Stadion Cafe dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.
Data Makanan Dan Minuman Beserta Harga Stadion Cafe Tahun 2019-2021

No.	Jenis Makanan Dan Minuman	Harga
1	Aneka Olahan Bakso	10.000-15.000/porsi
2	Aneka Olahan Nugget	10.000-15.000/porsi
3	Aneka Mie Rebus dan Goreng	12.000/porsi
4	Aneka Minuman Olahan	6000-10.000/porsi

Sumber: Stadion Café, 2021

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan pemilik Stadion Cafe dikelurahan Langgini bahwa dari segi harga produk yang dijual oleh Stadion Cafe Bangkinang semua harganya terjangkau. Untuk target pasar anak SMP dan SMA dan mahasiswa. Untuk harga olahan makanan berkisar dari Rp.10.000 sampai dengan Rp.15.000, dan untuk harga minuman berkisar antara harga Rp.6.000 sampai dengan Rp.10.000.¹⁰

Melihat hasil wawancara awal antara penulis dengan pemilik usaha Stadion Cafe, Bapak Marzari mengatakan bahwa usaha yang ia jalankan mengalami situasi peningkatan diawal dan mengalami penurunan tiap tahun dari segi konsumen. Berdasarkan data omset penjualan, transaksi yang terjadi pada tahun pertama mengalami situasi fluktuatif, yaitu kondisi naik dan sewaktu-waktu kondisinya menurun. Hal ini dapat penulis paparkan data kunjungan konsumen Stadion Cafe dari tahun 2019-2021:

Tabel 2.
Data Kunjungan Konsumen Stadion Cafe Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Konsumen
2019	812 Kunjungan
2020	692 Kunjungan
2021	567 Kunjungan

Sumber: Stadion Café, 2021

⁸ Arif Rahman, *Strategi dahsyat marketing Mix*, (Jakarta: Trans Media, 2010), h.110.

⁹ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet. ke-1, h.249.

¹⁰ Hasil wawancara dengan bapak Marzari pemilik stadion café pada Kamis, 11 November 2021 Pukul 16:10.

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa kunjungan konsumen pada Stadion Cafe mengalami penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah pengunjung di Stadion Café mencapai 812 orang, pada tahun 2020 jumlah pengunjung menurun menjadi 692 orang, kemudian pada tahun 2021 kembali lagi menurun drastis menjadi 567 orang. Selain itu factor lain yang mempengaruhi penurunan pengunjung pada Stadion Cafe ini adalah banyaknya Cafe disekitar lokasi yang baru dibuka dan lebih banyak menawarkan menu dan berbagai inovasi lainnya termasuk harga yang lebih murah dibandingkan dengan Stadion Cafe, kemudian karena cafe lainnya yang memiliki lebih banyak objek yang instagramable yang dijadikan pengunjung sebagai tempat untuk berfoto.

METODE PENELITIAN

Penulis mengambil lokasi penelitian Stadion Cafe di kelurahan langgini bangkinang kabupaten Kampar. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Stadion Café Bangkinang. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Stadion Café Bangkinang pada tahun 2021 yang diperkirakan berjumlah 567 konsumen.

Sampel merupakan dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 85 responden di Stadion Café yang dijumpai pada waktu penelitian.

Sumber Data Penelitian yang digunakan adalah Data primer, Data sekunder. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data secara deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut :¹² Kuisisioner, Dokumentasi, Wawancara, Observasi

¹¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h.96

¹² Suharismi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta Rineka, 2006), 129

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisa regresi linier berganda berdasarkan hasil olahan data, penjelasan secara deskriptif dari variabel keputusan pembelian, harga dan lokasi. Adapun hasil tanggapan responden pada variabel harga yang terdiri dari enam pertanyaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3
Harga produk pada Stadion Cafe sesuai dengan kualitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.4	2.4	2.4
CS	20	23.5	23.5	25.9
S	39	45.9	45.9	71.8
SS	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel diatas tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju , 2 responden atau 2,4% menjawab tidak setuju, 20 responden atau 23.5% menjawab cukup setuju, 39 responden atau 45.9% menjawab setuju dan 24 responden atau 28.2% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa harga produk pada stadion café sesuai dengan kualitas. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju berjumlah 39 dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 responden.

Tabel 4
Harga pada Stadion Cafe dapat dijangkau oleh siapa saja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	17	20.0	20.0	20.0
S	43	50.6	50.6	70.6
SS	25	29.4	29.4	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 17 responden atau 20% menjawab cukup setuju, 43 responden atau 50.6% menjawab setuju, 25 responden atau 29.4% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa harga pada Stadion Café dapat dijangkau oleh siapa saja. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 43 responden dan menjawab sangat setuju 25 responden.

Tabel 5
Harga produk yang ditawarkan bersaing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	19	22.4	22.4	22.4
S	39	45.9	45.9	68.2
SS	27	31.8	31.8	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 19 responden atau 22.4% menjawab cukup setuju, 39 responden atau 45.9% menjawab setuju, 27 responden atau 31.8% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa harga produk yang ditawarkan bersaing. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 39 responden dan menjawab sangat setuju 27 responden.

Tabel 6
Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang disediakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	27	31.8	31.8	31.8
S	36	42.4	42.4	74.1
SS	22	25.9	25.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, 27 responden atau 31,8% menjawab cukup setuju, 36 responden atau 42.4% menjawab setuju, 22 responden atau 25.9% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang disediakan. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 36 responden dan menjawab sangat setuju 22 responden.

Tabel 7
Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	17	20.0	20.0	20.0
S	37	43.5	43.5	63.5
SS	31	36.5	36.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat yang menjawab 17 responden atau 20% menjawab cukup setuju, 37 responden atau 43.5% menjawab setuju, 31 responden atau 36.5% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 37 responden dan menjawab sangat setuju 31 responden.

Tabel 8
Stadion Cafe memberikan potongan harga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.4	2.4	2.4
CS	19	22.4	22.4	24.7
S	41	48.2	48.2	72.9
SS	23	27.1	27.1	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. 2 responden atau 2.4% menjawab tidak setuju, 19 responden atau 22.4% menjawab cukup setuju, 41 responden atau 48.2% menjawab setuju, 23 responden atau 27.1% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan selera. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 41 responden dan menjawab sangat setuju 23 responden.

Tabel 9
Lokasi cafe sangat luas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	13	15.3	15.3	15.3
S	48	56.5	56.5	71.8
SS	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 13 responden atau 15.3% menjawab cukup setuju, 48 responden atau 56.5% menjawab setuju, 24 responden atau 28.2% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa lokasi café sangat luas. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 48 responden dan menjawab sangat setuju 24 responden.

Tabel 10
Lokasi yang strategis dan mudah diakses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.1	14.1	14.1
	S	53	62.4	62.4	76.5
	SS	20	23.5	23.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 12 responden atau 14,1% menjawab cukup setuju, 53 responden atau 62,4% menjawab setuju, 20 responden atau 23,5% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Lokasi yang strategis dan mudah diakses. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 53 responden dan menjawab sangat setuju 20 responden.

Tabel 11
Desain tempat yang sangat nyaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.2	1.2	1.2
	CS	11	12.9	12.9	14.1
	S	50	58.8	58.8	72.9
	SS	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. 1 responden atau 1,2% tidak setuju, 11 responden atau 12,9% menjawab cukup setuju, 50 responden atau 58,8% menjawab setuju, 23 responden atau 27,1% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Desain tempat yang sangat nyaman. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 50 responden dan menjawab sangat setuju 23 responden.

Tabel 12
Mudah dijumpai dan terletak di pusat kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	13	15.3	15.3	15.3
	S	48	56.5	56.5	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 13 responden atau 15,3% menjawab cukup

setuju, 48 responden atau 56,5% menjawab setuju, 24 responden atau 28,2% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa lokasi mudah dijumpai dan terletak di pusat kota. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 48 responden dan menjawab sangat setuju 24 responden.

Tabel 13

Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	22	25.9	25.9	25.9
S	38	44.7	44.7	70.6
SS	25	29.4	29.4	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 22 responden atau 25,9% menjawab cukup setuju, 38 responden atau 44,7% menjawab setuju, 25 responden atau 29,4% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang aman. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 38 responden dan menjawab sangat setuju 25 responden.

Tabel 14

Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang luas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	18	21.2	21.2	21.2
S	45	52.9	52.9	74.1
SS	22	25.9	25.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 18 responden atau 21,2% menjawab cukup setuju, 45 responden atau 52,9% menjawab setuju, 22 responden atau 25,9% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Stadion Cafe memiliki tempat parkir yang luas. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 45 responden dan menjawab sangat setuju 22 responden.

Tabel 15
Stadion Cafe merupakan Cafe yang telah memiliki izin usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	16	18.8	18.8	18.8
S	47	55.3	55.3	74.1
SS	22	25.9	25.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 16 responden atau 18,8% menjawab cukup setuju, 47 responden atau 55,3% menjawab setuju, 22 responden atau 25,9% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Stadion Cafe merupakan Cafe yang telah memiliki izin usaha. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 47 responden dan menjawab sangat setuju 22 responden.

Tabel 16
Stadion Cafe merupakan cafe yang menjual makanan dan minuman untuk pencinta kuliner

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	15	17.6	17.6	17.6
S	42	49.4	49.4	67.1
SS	28	32.9	32.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 15 responden atau 17,6% menjawab cukup setuju, 42 responden atau 49,4% menjawab setuju, 28 responden atau 32,9% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Stadion Cafe merupakan cafe yang menjual makanan dan minuman untuk pencinta kuliner. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 42 responden dan menjawab sangat setuju 28 responden.

Tabel 17
Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	10	11.8	11.8	11.8
S	50	58.8	58.8	70.6
SS	25	29.4	29.4	100.0

Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	10	11.8	11.8	11.8
S	50	58.8	58.8	70.6
SS	25	29.4	29.4	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 10 responden atau 11,8% menjawab cukup setuju, 50 responden atau 58,8% menjawab setuju, 25 responden atau 29,4% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya berbelanja di Stadion Café karena sesuai dengan kebutuhan. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 50 responden dan menjawab sangat setuju 25 responden.

Tabel 18

Saya berminat berbelanja di Stadion Café karena berbeda dengan yang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	15	17.6	17.6	17.6
S	46	54.1	54.1	71.8
SS	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 15 responden atau 17,6% menjawab cukup setuju, 46 responden atau 54,1% menjawab setuju, 24 responden atau 28,2% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya berminat berbelanja di Stadion Café karena berbeda dengan yang lain. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 46 responden dan menjawab sangat setuju 24 responden.

Tabel 19

Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	12	14.1	14.1	14.1
S	41	48.2	48.2	62.4
SS	32	37.6	37.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 12 responden atau 14,1% menjawab cukup setuju, 41 responden atau 48.2% menjawab setuju, 32 responden atau 37,6% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 41 responden dan menjawab sangat setuju 32 responden.

Tabel 20
Saya memutuskan untuk membeli produk di Stadion Café

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	13	15.3	15.3	15.3
S	46	54.1	54.1	69.4
SS	26	30.6	30.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 13 responden atau 15,3% menjawab cukup setuju, 46 responden atau 54,1% menjawab setuju, 26 responden atau 30,6% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya berminat berbelanja di Stadion Café setelah mendapat informasi dari keluarga. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 46 responden dan menjawab sangat setuju 26 responden.

Tabel 21
Saya berminat berbelanja di Stadion Cafe setelah mendapat informasi dari teman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	19	22.4	22.4	22.4
S	43	50.6	50.6	72.9
SS	23	27.1	27.1	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 19 responden atau 22,4% menjawab cukup setuju, 43 responden atau 50,6% menjawab setuju, 23 responden atau 27,1% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya berminat berbelanja di Stadion Cafe setelah mendapat informasi dari teman. Terlihat dari

jumlah respon dan yang menjawab setuju 43 responden dan menjawab sangat setuju 23 responden.

Tabel 22
Saya tertarik mengetahui informasi produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	14	16.5	16.5	16.5
S	42	49.4	49.4	65.9
SS	29	34.1	34.1	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 14 responden atau 16,5% menjawab cukup setuju, 42 responden atau 49,4% menjawab setuju, 29 responden atau 34,1% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya tertarik mengetahui informasi produk. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 42 responden dan menjawab sangat setuju 29 responden.

Tabel 23
Saya merasa puas memilih berbelanja di Stadion Cafe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	15	17.6	17.6	17.6
S	40	47.1	47.1	64.7
SS	30	35.3	35.3	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 15 responden atau 17,6% menjawab cukup setuju, 40 responden atau 47,1% menjawab setuju, 30 responden atau 35.3% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya merasa puas memilih berbelanja di Stadion Cafe. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 40 responden dan menjawab sangat setuju 30 responden.

Tabel 24
Pertama kali mengetahui produk membuat saya tertarik untuk membeli produk di Stadion Café

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	12	14.1	14.1	14.1
S	47	55.3	55.3	69.4
SS	26	30.6	30.6	100.0

Pertama kali mengetahui produk membuat saya tertarik untuk membeli produk di Stadion Café

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	12	14.1	14.1	14.1
S	47	55.3	55.3	69.4
SS	26	30.6	30.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 12 responden atau 14,1% menjawab cukup setuju, 47 responden atau 55,3% menjawab setuju, 26 responden atau 30,6% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Café. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 47 responden dan menjawab sangat setuju 30 responden.

Tabel 25

Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Café

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	15	17.6	17.6	17.6
S	47	55.3	55.3	72.9
SS	23	27.1	27.1	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 15 responden atau 17,6% menjawab cukup setuju, 47 responden atau 55,3% menjawab setuju, 23 responden atau 27,1% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya merasa puas dengan pelayanan serta produk yang dimiliki Stadion Café. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 47 responden dan menjawab sangat setuju 23 responden.

Tabel 26

Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	12	14.1	14.1	14.1
S	43	50.6	50.6	64.7
SS	30	35.3	35.3	100.0

Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	12	14.1	14.1	14.1
S	43	50.6	50.6	64.7
SS	30	35.3	35.3	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 12 responden atau 14,1% menjawab cukup setuju, 43 responden atau 50,6% menjawab setuju, 30 responden atau 35,3% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya bersedia membayar lebih jika kualitas makanan memuaskan. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 43 responden dan menjawab sangat setuju 30 responden.

Tabel 27

Saya tertarik memesan makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelayan Stadion Café

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	17	20.0	20.0	20.0
S	47	55.3	55.3	75.3
SS	21	24.7	24.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 17 responden atau 20% menjawab cukup setuju, 47 responden atau 55,3% menjawab setuju, 21 responden atau 24,7% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya tertarik memesan makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelayan Stadion Cafe. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 47 responden dan menjawab sangat setuju 21 responden.

Tabel 28

Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	14	16.5	16.5	16.5
S	40	47.1	47.1	63.5
SS	31	36.5	36.5	100.0

Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	14	16.5	16.5	16.5
S	40	47.1	47.1	63.5
SS	31	36.5	36.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 14 responden atau 16,5% menjawab cukup setuju, 40 responden atau 47,1% menjawab setuju, 31 responden atau 36,5% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya yakin Stadion Cafe menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas untuk dikonsumsi. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 40 responden dan menjawab sangat setuju 31 responden.

Tabel 29

Saya akan datang lagi kembali ke Stadion Cafe

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	16	18.8	18.8	18.8
S	47	55.3	55.3	74.1
SS	22	25.9	25.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas tidak terlihat satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 16 responden atau 18,8% menjawab cukup setuju, 47 responden atau 55,3% menjawab setuju, 22 responden atau 25,9% menjawab sangat setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Saya akan datang lagi kembali ke Stadion Café. Terlihat dari jumlah respon dan yang menjawab setuju 47 responden dan menjawab sangat setuju 22 responden.

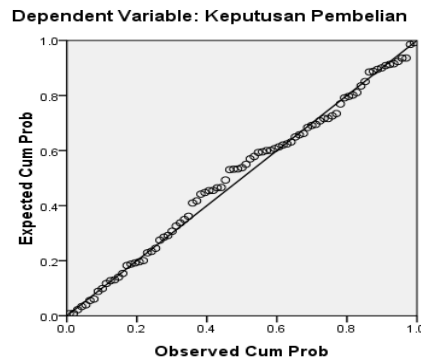
Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah penelitian sudah mengikuti pola distribusi residual, merupakan salah satu syarat untuk melakukan analisis regresi berganda. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat pola titik-titik yang menyebar disepanjang garis linier pada *Normal P-Plot of Regression Residual*. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2:

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada Gambar 4.1 semua residual disepanjang garis diagonal. Dengan demikian nilai residual dalam penelitian ini telah mengikuti distribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolineritas

Hasil uji multikolineritas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sempurna sesama variabel independent (Harga produk dan Lokasi café) karena dalam asumsi klasik tidak boleh terjadi hubungan sempurna. Untuk pengujian multikolineritas dilakukan dengan membandingkan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Hasil Uji Multikolineritas penelitian ini dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 30
Hasil Uji Multikolineritas

No	Sub Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Harga	0,826	1,211	Bebas Kasus Multikolineritas
2	Lokasi	0,826	1,211	Bebas Kasus Multikolineritas

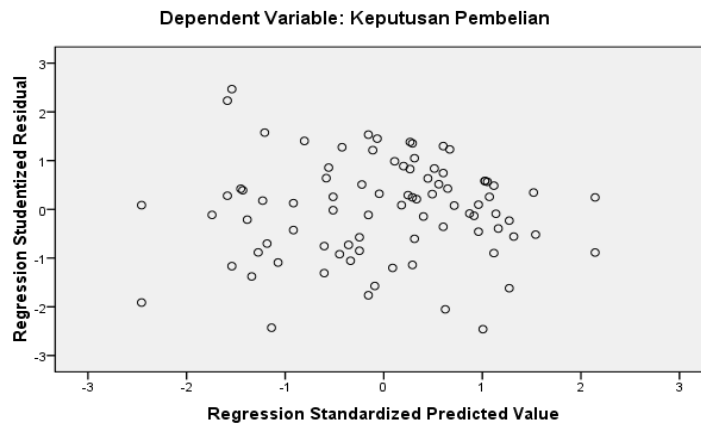
Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.32 dapat dilihat nilai tolerance kurang dari 1 dan nilai *varian inflation factor* di bawah 10. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini bebas dari kasus multikolineritas

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas diartikan sebagai tidak samanya varians bagi variabel bebas yang diuji dalam setting berbeda. Pengujian dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot. Hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut 3:

Gambar 3
Hasil Uji Heterokedastisitas
Scatterplot



Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data menyebar secara acak atau tidak membentuk sebuah pola yang dapat memberikan arti (varians bersifat homogen). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria dalam uji asumsi klasik.

Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 31
Hasil Persamaan Regrsi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.548	3.801		5.931	.000		
	Harga	.763	.136	.471	5.611	.000	.826	1.211
	Lokasi	.592	.129	.386	4.604	.000	.826	1.211

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada Tabel 4.33 diatas dapat dirumuskan dalam persamaan regresi linear berganda:

$$Y = 22,548 + 0,763 X_1 + 0,592 X_2$$

Dari persamaan diatas diketahui nilai konstanta $\alpha = 22,548$ bernilai positif dan memberikan makna bahwa jika diasumsikan harga tidak ada atau ($X_1 = 0$), dan lokasi tidak ada atau ($X_2 = 0$), maka dapat diartikan keputusan pembelian pada Stadion Café masih ada sebesar 22,548 satuan. Koefisien regresi variabel harga β_1

= 0,763 bernilai positif dan memberikan arti apabila di asumsikan nilai harga (X_1) meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel lokasi konstan atau tidak mengalami perubahan maka keputusan pembelian pada Stadion Café Bangkinang Kota meningkat sebesar 0,763 dan begitu sebaliknya. Koefisien regresi variabel lokasi $\beta_2 = 0,592$ bernilai positif dan memberikan arti apabila di asumsikan nilai variabel lokasi (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel harga konstan atau tidak mengalami perubahan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,592 dan begitu juga sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Secara Simultan (Uji-F)

Uji secara silmutan atau Uji-F bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama pada Stadion Café Bangkinang Kota. Berdasarkan olahan data didapatkan hasil Uji-F dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 12

Tabel 33
Hasil Uji Hipotesis Secara Silmutan (Uji-F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206.644	2	603.322	44.961	.000 ^a
	Residual	1100.344	82	13.419		
	Total	2306.988	84			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah

Pada tabel analisis varians (*Anova*) ditampilkan hasil dari Uji-F yang dapat dipergunakan untuk mengetahui pengaruh aspek-aspek variabel harga, lokasi dan keputusan pembelian. Dari hasil olahan data didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 44.961. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 82$ didapatkan nilai $F_{tabel} = 3,110$. Karena nilai $F_{hitung} (44.961) > F_{tabel} (3,110)$ maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu harga dan lokasi dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis secara simultan dalam penelitian ini dapat diterima pada tingkat keyakinan sebesar 95%.

b. Hasil Uji Secara Parsial (Uji-t)

Uji secara parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara individual pada Stadion Café Bangkinang Kota. Hasil uji Hipotesis secara parsial (Uji-t) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 13

Tabel 34
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

No	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	$\alpha = 5\%$	ket
1.	Harga	5.611	1,989	0,000	0,050	Signifikan
2.	Lokasi	4.604	1,989	0,000	0,050	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah

Dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel harga (X_1) diperoleh sebesar 5,611 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sementara t_{tabel} pada $N = 85$ dan nilai alpha 5% diperoleh t_{tabel} sebesar 1,989, $t_{hitung} (5,611) > t_{tabel} (1,989)$ berarti signifikan. Hasil ini memberikan arti bahwa variabel harga terbukti mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Stadion Café Bangkinang Café. Hal ini dapat dilihat karena nilai signifikansi variabel harga lebih rendah daripada nilai alpha yaitu $0,000 < 0,050$.

Nilai t_{hitung} variabel lokasi (X_2) diperoleh sebesar 4,604 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sementara t_{tabel} pada $N = 85$ dan nilai alpha 5% diperoleh t_{tabel} sebesar 1,989, $t_{hitung} (4,604) > t_{tabel} (1,989)$ berarti signifikan. Hasil ini memberikan arti bahwa variabel lokasi terbukti mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Stadion Café Bangkinang Café. Hal ini dapat dilihat karena nilai signifikansi variabel lokasi lebih rendah daripada nilai alpha yaitu $0,000 < 0,050$. Selanjutnya dapat diketahui bahwa variabel harga merupakan variabel yang dominan mempengaruhi dalam keputusan pembelian karena memiliki signifikansi yang besar $t_{hitung} (\text{Harga}) (5,611) > t_{hitung} (\text{Lokasi}) (4,604)$

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan, hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 35
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.723 ^a	.523	.511	3.663	2.108

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwasannya nilai Durbin Watson sebesar $DW = 2,108$. Rentang nilai antara $1,65 < DW < 2,35$ maka model regresi bergandanya tidak terdapat masalah autokorelasi

d. Koefisien Korelasi

Korelasi (R) menentukan seberapa besar keterkaitan hubungan yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji Koefisien Korelasi (R) dalam penelitian ini seperti yang terlihat pada tabel 15

Tabel 35
Koefisien Korelasi (R)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.511	3.663

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah

Dapat dilihat pada tabel 4.36 dilihat koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,732, hal ini menyatakan bahwa keeratan hubungan variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha Stadion Café Bangkinang Kota adalah kuat karena berada pada interval koefisien antara 0,600 – 0,799

e. Koefisien Determinansi

Koefisien determinansi (R^2) menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap dependen. Dari hasil uji koefisien determinansi (R^2) dalam penelitian ini menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah 52,3%, hal ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah kuat sedangkan sisanya sebesar 47,7% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian

Dalam hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian dilihatkan berdasarkan nilai signifikan kurang dari 0,050. Hal ini membuktikan semakin baiknya strategi harga maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam pembelian produk.

Hasil penelitian yang sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Saladin (2012), mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian. Penelitian lain juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dahlia (2019) hasil penelitian menyatakan bahwa harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian

Dalam hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian dilihat berdasarkan nilai signifikan kurang dari 0,05. Hal ini membuktikan semakin baik lokasi maka akan semakin besar keputusan pembelian. Lokasi dan akses untuk menuju lokasi sangat menentukan bagaimana pembeli mencapai dan memutuskan untuk membeli produk dan jasa. Dan dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Stadion Café.

Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Dan Minuman Di Stadion Cafe Kelurahan Langgini Bangkinang.

Berkaitan dengan usaha Rasulullah, beliau pernah ditanya kesepakatan apa yang terbaik. Rasul menjawab bahwa bisnis terbaik adalah yang berasal dari diri sendiri, dan salah satunya adalah perdagangan yang layak. Menurut ekonomi syariah, tujuan utama umat Islam adalah untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT, sehingga kekayaan bukanlah tujuan akhir. (S Purnamasari, 2022) Kehidupan di dunia Islam sangat menganjurkan manusia untuk bekerja dan berjuang demi kebutuhan hidup yang lebih baik.

Stadion café ini berperan untuk mengubah masyarakat menjadi produktivitas dan juga dapat membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga. Selain upaya yang dilakukan, pemasaran juga menjadi perhatian dalam Islam. Jual beli yang berkah adalah jual beli yang jujur tanpa penipuan. Dalam bermuamalah, islam menganjurkan keadilan yang merupakan salah satu landasan teori ekonomi Islam.

Stadion café ini telah melakukan pelaksanaan yang sesuai dengan ekonomi syariah berdasarkan dari segi harga, lokasi, dan keputusan pembelian.

1. Harga

Harga pada prinsipnya tidak boleh menetapkan harga karena itu tindakan kezaliman. Dan mereka mendasarkan argumen mereka pada Hadits Anas bin Malik: "Pada zaman Rasulullah SAW, harga barang meningkat, dan orang-orang juga berkata: Ya Rasulullah, jika Anda ingin menentukan harga/stabilitasnya." Beliau menjawab: Dari Anas RA, sahabat berkata "Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorangpun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta. Secara tidak langsung Rasul menyuruh kita untuk tidak bersaing di *price* tetapi bersaing dalam hal lain seperti kualitas (*quality*), layanan (*delivery*) dan nilai tambah (*value added*).

2. Lokasi

Pada masa Nabi Muhammad SAW banyak terjadi trend pemasaran, salah satunya penyempitan saluran distribusi. Nabi Muhammad SAW melarang

penyadapan para pedagang sebelum mereka tiba di pasar dan melarang penduduk kota membeli barang dari penduduk desa. Inti dari larangan tersebut adalah untuk menghindari perantara. Nabi Muhammad SAW dalam proses distribusi harus sesuai dengan aturan yang disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan oleh produsen dan konsumen.

3. Keputusan Pembelian

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan hanya untuk memuaskan kepuasan barang (utilitas), tetapi yang lebih penting adalah untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan menyeluruh, yaitu kepuasan dunia akhirat. Keputusan tidak selalu dihubungkan dengan kebendaan, tetapi dengan ruhiyah, spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang berlawanan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat mengarahkan perilakunya menurut norma-norma Islam, yang juga dapat disebut sebagai masalah, agar dapat mencapai kepuasan maksimal. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi memaksimalkan masalah.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial, hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial, hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara simultan, hasil uji-F menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu harga dan lokasi dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan $F_{hitung} (44.961) > F_{tabel} (3,110)$ memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian
4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinansi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 52,3%, hal ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah kuat sedangkan sisanya sebesar 47,7% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. Tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian makanan dan minuman di stadion café kelurahan langgini bangkinang tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah yaitu stadion café dalam menjual makanan dan minuman ini dalam menjual produknya mengedepankan nilai kejujuran yaitu makanan dan

minuman itu halal. Kemudian harga berlaku adil dan suka sama suka bahkan tidak membedakan status pembeli. Untuk lokasi nya strategis yang dimana banyaknya anak sekolah yang sekolahnya berdekatan dengan stadion café.

REFERENSI

- Arif Rahman, *Strategi dahsyat marketing Mix*, (Jakarta: Trans Media, 2010)
- Dedy Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan", *Jurnal Keuangan dan Bisnis* (Vol. 7, No. 3, 2015)
- E. Gumbira Said, dkk, *Agribisnis Syariah, manajemen Agribisnis Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Islam*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2005)
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang)", *Jurnal Manajemen*, (Vol. 02 No. 03, 2013)
- Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi", *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis* (Vol. 6, No. 1, 2018)
- Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2003)
- Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, "Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya", *Journal of Business and Banking* (Vol. 5, No. 1, 2015)
- Nur Kholiq, "Pengaruh Kualitas Produk. Harga. Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro EAST PROJECT di Kediri", *Simki Economic*, Vol. 01 No. 02 (2017).
- Rissa Mustika Sari. Prihartono, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)", *Jurnal Ilmiah MEA*, (Vol. 05 No. 03, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010)
- Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta Rineka, 2006)
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet. ke-2
- Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet. ke-1