



Analysis Of The Influence Of Product, Price And Location On Consumer Purchase Interest In Nusa Lontar Mola Photo Copy Shop, East Welai Village Teluk Mutiara District, Alor Regency

Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor

Elia Maruli

Program Studi Manajemen – Fakultas Ekonomi – Universitas Tribuana Kalabahi

Received: 3 Desember 2024
Revised: 22 Desember 2024
Accepted: 5 Januari 2025

Abstract

Purchase intention is a consumer behavior where consumers have the desire to buy or choose a product based on experience in choosing, using and consuming or even wanting a product. This research aims to determine the influence of product, price and location on consumer buying interest in Photo Copy Nusa Lontar Mola, Welai Timur Village, Teluk Mutiara District, Alor Regency. The sample of this research was 40 consumers. Data collection uses observation, interviews, questionnaires and documentation techniques. The data was then analyzed using multiple linear regression analysis to determine the independent variable (X) against the dependent variable (Y). The results of this research show that, product variables (X1), price variables (X2) and location variables (X3) have a significant effect on consumer buying interest (Y) in Nusa Lontar Mola Photo Copy, East Welai Village, Teluk Mutiara District, Alor Regency, based on the results research, it is recommended that Photo Copy Owners consider product provision, pricing and location determination, so that consumer buying interest in Nusa Lontar Mola Photo Copy automatically increases.

Keywords: *Consumer buying interest, product, price, location*

(*) Corresponding Author: tamarmaruli@gmail.com

How to Cite: Maruli, E. (2025). Analysis Of The Influence Of Product, Price And Location On Consumer Purchase Interest In Nusa Lontar Mola Photo Copy Shop, East Welai Village Teluk Mutiara District, Alor Regency. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.B), 32-43. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11439>

PENDAHULUAN

Pada Era Globalisasi ini, pola pikir masyarakat Indonesia semakin hari semakin berkembang dan mengalami banyak perubahan dalam berbagai hal baik ekonomi, sosial budaya, pendidikan bahkan kemajuan teknologi yang berkembang begitu pesat dan berdampak pada persaingan pasar yang semakin meningkat pula. Hal ini berakibat pula pada adanya minat beli konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dengan berbagai ketertarikan, namun konsumen saat dalam mengambil keputusan untuk membeli, diperhadapkan dengan berbagai macam alternatif pilihan produk yang ada.

Seiring dengan berkembangnya zaman, hampir semua kegiatan dilakukan dengan berbasis teknologi. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan untuk menggandakan dokumen adalah mesin foto copy. Sebelum ada mesin foto copy banyak kegiatan yang berkaitan dengan penggandaan suatu dokumen dikerjakan secara manual. Tetapi dengan adanya mesin foto copy pekerjaan untuk menggandakan dokumen dapat dikerjakan dengan cepat dan tepat.

Selain itu, mesin foto copy juga mengalami perkembangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mulai dari foto copy hitam putih, menjadi foto copy

berwarna yang menyerupai aslinya bahkan mesin foto copy saat ini beroperasi dengan lebih cepat. Kecanggihan foto copy ini membuat banyak pelaku usaha yang berminat untuk menginvestasikan dananya dalam kegiatan usaha. Meskipun setiap perusahaan ingin mendapatkan keuntungan dan keberhasilan dalam menjalankan usahanya namun pelaku usaha juga harus pandai mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan sesuai yang diharapkan pelanggan, agar pelanggan tetap tertarik untuk tetap melakukan pembelian diperusahaan tersebut.

Selain produk dan harga. Lokasi juga mempunyai pengaruh. Lokasi pun sangatlah penting dalam membuka salah satu usaha oleh karena itu, perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam menentukan lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut karena dengan lokasi yang strategis akan menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang letaknya di keramaian, dan mudah dijangkau oleh calon konsumen maka dapat dijadikan strategi yang akan dilakukan oleh pemilik usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Beli Konsumen

Abdullah dalam Triatmoko, (2020 :5), minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan. dalam sikap mengkonsumsi. Maka yang dimaksud dengan minat beli dalam penelitian ini adalah rencana konsumen untuk membeli produk atau barang dan jasa di Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

Produk

Menurut Wahjono dalam Loindong, (2017: 2221), produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi atau memuaskan keinginan atau kebutuhan manusia. Maka Yang dimaksud dengan produk dalam penelitian ini adalah; Produk atau barang dan jasa yang dihasilkan atau tersedia di Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

Harga

Menurut Kotler dan Keller dalam Latief, (2018: 94), mengartikan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Yang dimaksud dengan harga dalam penelitian ini adalah harga yang ditetapkan oleh pemilik Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

Lokasi

Menurut Kotler, dalam Atmanegara, (2019:79), Lokasi adalah tempat persahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Maka yang dimaksud dengan lokasi dalam penelitian ini adalah; tempat melakukan penjualan dan pembelian yaitu Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

METODE PENELITIAN

Menurut Sioto Dan Sodik dalam Andini (2021:27), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Mengingat waktu dan biaya yang cukup besar dalam pengambilan data dari

responden yang cukup besar populasinya untuk menentukan sampel maka, peneliti telah menggunakan metode *sampel insidental* yaitu teknik secara kebetulan artinya; Konsumen yang ditemui peneliti di lokasi penelitian dan sedang berbelanja di Foto Copy Nusa Lontar yaitu 40 orang responden. Penelitian menggunakan Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka. Untuk Teknik Analisa data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kuesioner

Hasil Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur kevaliditas atau keaslian suatu instrument. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dalam Suharsimi (2006: 170). Dengan syarat sebagai berikut:

- Jika r hitung lebih dari atau sama dengan 0,300, ($r \geq 0,300$), maka valid
- Jika r hitung kurang dari 0,300 ($r < 0,300$), maka tidak valid.

Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel bebas dan variabel terikat menggunakan bantuan SPSS 22 *for windows*.

Uji validitas Variabel Produk (X₁)

Hasil uji Validitas dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X₁)

Pertanyaan	<i>Pearson correlation</i>	r_{hitung}	Keterangan
P1	0,666	0,3	Valid
P2	0,740	0,3	Valid
P3	0,778	0,3	Valid
P4	0,768	0,3	Valid

Sumber. Olahan peneliti

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa semua pernyataan variabel produk (X₁) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0,30, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

Hasil uji validitas variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel harga (X ₂)			
Pertanyaan	<i>Pearson correlation</i>	r_{hitung}	Keterangan
P1	0,602	0,3	Valid
P2	0,687	0,3	Valid
P3	0,718	0,3	Valid
P4	0,715	0,3	Valid

Sumber. Olahan peneliti

Berdasarkan data dalam tabel 4 diketahui bahwa semua pernyataan variabel harga (X₂) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0,30, sehingga dapat disimpulkan bahwa, semua pernyataan dinyatakan valid.

Uji validitas variabel lokasi (X₃)

Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Pertanyaan	<i>Pearson correlation</i>	r _{hitung}	Keterangan
P1	0,496	0,3	Valid
P2	0,622	0,3	Valid
P3	0,778	0,3	Valid
P4	0,807	0,3	Valid

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa semua pernyataan variabel lokasi (X₃) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0,30, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid.

Uji validitas Variabel Minat Beli Komsumen (Y)

Hasil uji validitas dapat di lihat pada tabel berikut:

Pertanyaan	<i>Pearson correlation</i>	r _{hitung}	Keterangan
P1	0,672	0,3	Valid
P2	0,689	0,3	Valid
P3	0,672	0,3	Valid
P4	0,736	0,3	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, (202)

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa semua pernyataan variabel minat beli (Y) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0,30, sehingga dapat di simpulkan bahwa, semua pernyataan dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada tingkat kehandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen adalah *Alpha Cronbach*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Produk	0,723	0,60	Reliabel
Harga	0,611	0,60	Reliabel
Lokasi	0,624	0,60	Reliabel
Minat Beli	0,632	0,60	Reliabel

Sumber:Olahan peneliti

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai Alpha cronbach's, variabel Produk, harga, lokasi, dan minat beli, lebih besar dari 0,60 sehingga disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji linieritas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil uji normalitas

		Unstandardized Residual	
N		40	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.66113113	
Most Extreme Differences	Absolute	.085	
	Positive	.085	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.085	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
<i>Sumber : Output spss 22</i>			
.			

Uji Multikolineartas

Pengujian mulikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas) Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogol adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Hasil uji Multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.305	1.313		3.279	.002		
	PRODUK	.191	.083	.253	2.299	.027	.526	1.901
	HARGA	.329	.098	.401	3.355	.002	.445	2.246
	LOKASI	.294	.121	.342	2.433	.020	.322	3.101

Sumber : Output spss 22

Berdasarkan tabel ini diketahui nilai tolerance variabel produk (X_1) sebesar 0,526, Variabel harga (X_2) sebesar 0,445, dan variabel lokasi (X_3) sebesar 0,322. $\geq 0,10$. nilai VIF variabel produk (X_1) sebesar 1.901, variabel harga (X_2) sebesar ,2.246, dan variabel lokasi (X_3) sebesar $3.101 \leq 10.00$, maka disimpulkan bahwa, tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain Ghozali, dalam Utomo, (2015:13), Jika variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai diatas tingkat kepercayaan 5%.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji heteroskedastisitas

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
1.374	.730		1.881	.068
.058	.046	.270	1.258	.217
-.085	.055	-.366	-1.565	.126
-.020	.067	-.083	-.302	.765

Sumber: Output spss 22, (2021)

Untuk memaknai uji heteroskedastisitas dengan uji glejser ini, terlihat pada tabel 4.15, *coefficients* dengan variabel Abs_RES berperan sebagai variabel dependent. Berdasarkan tabel 4.15 diketahui nilai signifikansi (sig) untuk variabel produk (X_1) sebesar 0,217, variabel harga (X_2) sebesar 0,126, dan variabel lokasi (X_3) sebesar 0,765. Nilai signifikansi (sig) ketiga variabel diatas sama-sama lebih besar dari nilai alfa (α) 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Linieritas

Uji linieritas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dapat dilakukan melalui *Devinition of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\geq 0,05$ maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Tabel 9. Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI KONSUMEN * PRODUK	Between Groups	(Combined)	40.048	7	5.721	5.330	.000
		Linearity	36.228	1	36.228	33.747	.000
		Deviation from Linearity	3.821	6	.637	.593	.733
	Within Groups		34.352	32	1.073		
Total		74.400	39				

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI KONSUMEN * HARGA	Between Groups	(Combined)	47.275	6	7.879	9.586	.000
		Linearity	46.177	1	46.177	56.179	.000
		Deviation from Linearity	1.098	5	.220	.267	.928
	Within Groups		27.125	33	.822		
Total		74.400	39				

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI KONSUMEN * LOKASI	Between Groups	(Combined)	50.521	5	10.104	14.386	.000
		Linearity	49.364	1	49.364	70.286	.000
		Deviation from Linearity	1.156	4	.289	.412	.799
	Within Groups		23.879	34	.702		
	Total		74.400	39			

Regresi linier berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menghitung atau mengukur pengaruh variabel produk, harga, lokasi terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor. Hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil uji regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.305	1.313		3.279	.002
	PRODUK	.191	.083	.253	2.299	.027
	HARGA	.329	.098	.401	3.355	.002
	LOKASI	.294	.121	.342	2.433	.020

Bedasarkan tabel diatas diperoleh persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,305 + 0,191 X_1 + 0,329 X_2 + 0,294 X_3 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 4,305 mengandung arti bahwa jika semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) bernilai konstan atau tetap maka nilai variabel Y bebas akan bernilai sebesar 4,305.
2. Nilai koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,191, nilai tersebut mengandung arti bahwa apabila variabel produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,191.
3. Nilai koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,329, nilai tersebut mengandung arti bahwa, apabila variabel harga ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,329.
4. Nilai koefisien regresi variabel X_3 sebesar 0,294, nilai tersebut mengandung arti bahwa, apabila variabel lokasi ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,294.

1. Uji parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis pertama, hipotesis kedua, dan hipotesis ketiga, dengan membandingkan nilai signifikansi uji t (sig) dengan nilai alfa (α).

Hasil Uji t (Uji parsial) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13.

Hasil Uji t (uji parsial)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	T	sig
	B	Std. Error			
(Constant)	4.305	1.313		3.279	.002

PRODUK	.191	.083	.253	2.299	.027
HARGA	.329	.098	.401	3.355	.002
LOKASI	.294	.121	.342	2.433	.020

Sumber: Output spss 22

Pengujian Hipotesis pertama

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel produk terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy, Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

H_{a1} : Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) uji t variabel produk sebesar 0,027, jika di dibandingkan dengan nilai alfa (α) 0,05 maka nilai ini lebih kecil dari nilai alfa (α) 0,05 dengan demikian hasil penelitian ini menerima hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur Kecamatan, Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Pengujian hipotesis kedua

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar Mola Kelurahan Welai Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan (sig) uji t variabel harga sebesar 0,002, jika dibandingkan dengan nilai alfa (α) 0,05, maka nilai ini lebih kecil dari nilai alfa (α) 0,05 dengan demikian hasil penelitian ini menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa, variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Pengujian hipotesis ketiga

Pengujian ini dimaksud untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

H_{a3} : Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan (sig) uji t variabel lokasi sebesar 0,020, jika dibandingkan dengan nilai alfa (α) 0,05, maka nilai ini lebih kecil dari nilai alfa 0,05 dengan demikian hasil penelitian ini menerima hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Uji F (uji simultan)

Pengujian ini di lakukan dengan membandingkan nilai signifikansi uji F (sig) dengan nilai alfa (α).

Hasil uji F (uji simultan) dapat di lihat pada tabel berikut:

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	57.353	3	19.118	40.374	.000 ^b

Residual	17.047	36	.474		
Total	74.400	39			

Sumber: Output spss, (2021)

Hipotesis ke empat

Pengujian ini dimaksud untuk menguji hipotesis keempat yakni untuk menguji keseluruhan variabel independent yaitu produk (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap variabel dependent yaitu minat beli konsumen (Y) pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

H_{a4} : Produk, harga, lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai alfa (α) 0,05 maka dengan demikian hasil penelitian ini menerima hipotesis keempat yang menyatakan Variabel, produk, harga, lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada Foto copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten alor

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y), hal ini dilihat dari nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05, yakni $0,027 < 0,05$. Penelitian ini juga didukung oleh kajian teori menurut Kotler dan Keller dalam Haryanto (2013: 1466), mendefinisikan bahwa produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Hasil penelitian ini juga terdapat kesamaan dari hasil peneliti sebelumnya yang melakukan variabel yang sama yaitu; Latief (2018), dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (studi kasus warung sidu mampir kota langsa). Purnomo (2016), dengan judul pengaruh harga, kualitas produk, lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (Studi Kasus Desa Ramba Utama), dan Aisy (2020) dengan judul, pengaruh harga kualitas produk, lokasi terhadap minat beli generasi milenial di Pasar Tradisional Sukodono. Hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu rata-rata, variabel produk mempunyai pengaruh terhadap variabel minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), hal tersebut dilihat dari nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 yakni $0,002 < 0,05$. Penelitian ini didukung dengan kajian teori menurut Kotler dan Keller dalam Latief (2018: 94), dimana harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan biaya, dan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Selain itu harga juga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan fitur, produk, saluran termudah dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Hasil penelitian ini juga terdapat kesamaan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama yaitu, Arif (2017) dengan judul pengaruh keragaman produk, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Pasar Pabean Surabaya. Latief (2018), dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (studi kasus warung sidu mampir kota langsa). Haspila (2020) dengan judul, pengaruh harga kualitas produk, lokasi terhadap minat beli generasi milenial di pasar tradisional sukodono. Hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu rata-rata variabel harga berpengaruh terhadap variabel minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y), hal tersebut dilihat dari nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari Nilai alpha (α) 0,05 yakni $0,020 < 0,05$. Penelitian ini didukung dengan kajian teori menurut Suwarman dalam Atmanegara (2019: 6), lokasi adalah merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Hasil penelitian ini juga mempunyai kesamaan dengan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama yaitu. Latief (2018), dengan judul, analisis pengaruh harga, produk, lokasi, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Warung Wedang Jahe (studi kasus warung sidu mampir kota langsa). Arif (2017) dengan judul pengaruh keragaman produk, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Pasar Pabean Surabaya. Hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu rata-rata variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel minat beli konsumen.

Selain itu berdasarkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel produk (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikan uji F lebih kecil dari nilai alpha yakni $0,000 < 0,05$. Penelitian ini juga didukung dengan kajian teori Menurut Abdullah dalam Triatmoko (2020 :6), mengartikan bahwa minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan. Hasil penelitian ini juga mempunyai kesamaan dengan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama yaitu Haspila (2020) dengan judul, pengaruh harga kualitas produk, lokasi terhadap minat beli generasi milenial di pasar tradisional sukodono, Latief (2020), dengan judul, Analisis pengaruh harga, produk, lokasi, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Warung Wedang Jahe (studi kasus warung sidu mampir kota langsa. Purnomo (2016), dengan judul, Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (Studi Kasus Desa Ramba Utama), dimana semua variabel X sama-sama berpengaruh terhadap variabel Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka berikut ini merupakan simpulan penelitian :

1. Variabel produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada foto Copy Nusa Lontar Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor, dimana memiliki nilai sig $0,027 < 0,05$
2. Variabel harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lonatar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor, dimana memiliki nilai sig $0,002 < 0,05$.
3. Variabel lokasi X_3 berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor, dimana memiliki nilai sig $0,020 < 0,05$.
4. Variabel produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Foto Copy Nusa Lontar, Mola, Kelurahan Welai Timur, Kecamatan Teluk Mutiara, Kabupaten Alor, dimana memiliki nilai sig $0,000 < 0,005$.

DAFTAR PUSTAKA

- Maruli, E., Djawang, J. U., & Manafe, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Biaya Dan Distribusi Terhadap Pendapatan Petani Ubi Porang Di Desa Kuifana Kecamatan Abad Selatan Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 1034-1048. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13312263>
- Famane, L., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Roxy Market Dan Victory Market Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 987-1004. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461236>
- Fanmakani, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Saty Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kantor Home Stay Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 925-941. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10460889>
- Maukari, L., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Di Tempat Wisata Tradisional Takpala Desa Lembur Barat Kecamatan Alor Tenga Utara Kabupaten Alor Tahun 2022-2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 1020-1034. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461594>
- Tuati, I., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 971-986. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461105>
- Dollu, A., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1086-1099. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10444371>
- Moikalong, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1001-1017. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10440830>
- Lau, O., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI DEALER HONDA PT. MPM MOTOR DI KOTA KALABAH KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 983-1000. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10247185>
- Lasitang, T., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis strategi wisata alam curug lewi hejo menggunakan media sosial, menjadi “Analsis biblio matrik Wisata Alam di 2023”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 1010-1025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10213656>
- Lauhade, M., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SUKA-SUKA KALABAH KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 936-955. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10223400>

- Botahala, L., Maruli, E., Fraring, P. M., Lapuilana, O., Letmau, R., & Malaikamusi, D. T. (2023). Pelatihan Pembuatan Herbal dari Bumbu Dapur untuk Kesehatan Masyarakat di Desa Luba.
- Anigomang, F., Tang, S., & Maruli, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 698-709. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7639297>
- Awang, M., Peny, T. L., Maruli, E., & Anigomang, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7639108>
- Maruli, E., Anigomang, F., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742-754. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7639059>
- Maruli, E., Gorang, A., Tang, S., & Peny, T. L. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(10), 407-421. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7209573>
- Plaimo, P. E., Wabang, I. L., Dollu, E. A., Timung, A. P., Latuan, E., Alelang, I. F., Bakoil, J., Djasibani, H. R., Lobo, A. T. D., Maruli, E., Kande, F. A., Laoepada, S. B., & Tanglaa, T. J. (2022). Penyuluhan Penanganan Biofouling Sebagai Upaya Peningkatkan Kualitas Rumput Laut Kepada Pembudidaya Rumput Laut di Desa Allumang. *Madaniya*, 3(3), 359-368. <https://doi.org/10.53696/27214834.215>
- Tang, S., Maro, Y., Gorang, A., & Maruli, E. (2022). Pengaruh Alokasi Dana Desa dan Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 384-399. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7209226>
- Wabang, I. L., Plaimo, P. E., Dollu, E. A., Alelang, I. F., Maruli, E., Selly, A., ... & Laoepada, S. B. (2022). Penyuluhan Teknik Pengeringan Rumput Laut Melalui Metode Penjemuran Para-para Kepada Pembudidaya Rumput Laut Desa Allumang, Nusa Tenggara Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 348-358.
- Maruli, E., Plaimo, P. E., & Laoepada, S. B. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dan Pemahaman Masyarakat Tentang Pengelolaan Air Terjun Sebagai Aset Wisata Secara Ekologis. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1433-1440.
- Plaimo, P. E., Alelang, I., Laoepada, S. B., Tanglaa, T. J., & Maruli, E. (2020). Upaya Mengembalikan Budaya Temong Sebagai Media Rekonsiliasi Sangketa Petani Suku Abui - Desa Mataru Utara, Kecamatan Mataru, Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur. *Madaniya*, 1(2), 80-85. Retrieved from <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/13>
- Maruli, E., & Tang, S. A. (2018). Effect Dimensions Quality Of Customer Satisfaction Kalabahi District Branch Bank Ntt Alor. *E-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 93-93.
- MARULI, E. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pasar Kadelang, Kabupaten Alor, Propinsi Nusa Tenggara Timur. *E-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 86-104.
- ANIGOMANG, F. R., & MARULI, E. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan ("Study Kasus Pada Perusahaan Kopi Bubuk Dorbang Kabupaten Alor-Ntt.