



## Analisis Pengaruh Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor

Elia Maruli<sup>1</sup>, Henny A. Manafe<sup>2</sup>, Jofet Umbu Soru Peku Djawang<sup>3</sup>

1 Fakultas Ekonomi Universitas Tribuana Kalabahi – NTT

2 Fakultas Ekonomika dan Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandira Kupang – NTT

3 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang – NTT

### Abstrak

Received: 20 Mei 2025

Revised: 27 Mei 2025

Accepted: 01 Juni 2025

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Secara simultan variabel harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor yaitu sebesar 48,3%, sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.*

Kata Kunci: *Harga, Lokasi, Promosi dan Minat Beli Konsumen*

(\*) Corresponding Author: [tamarmaruli@gmail.com](mailto:tamarmaruli@gmail.com)

**How to Cite:** Maruli, E., Manafe, H., & Djawang, J. (2025). Analisis Pengaruh Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6.D), 487-498. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12624>

### PENDAHULUAN

Peran pemasaran terhadap suatu bisnis sangat dibutuhkan, sebab pemasaran merupakan ujung tombak sebuah keberhasilan pada suatu perusahaan atau pengusaha. Munculnya pesaing-pesaing dalam jenis usaha memacu perusahaan untuk memikirkan strategi pemasaran yang sesuai dengan sasarannya. Perencanaan strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk menarik konsumen yang akan datang. Untuk itu masalah pemasaran perlu mendapatkan perhatian yang cukup serius dalam menghadapi persaingan sekarang ini, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan hidup. Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat, dimana sebagai perusahaan jasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, yang mengharuskan perusahaan agar pandai dalam mengamati pemilihan salon kecantikan oleh konsumen berbeda-beda. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh kekuatan sosial budaya misalnya pengaruh orang lain terhadap minat beli seorang konsumen. Motivasi untuk menuruti pendapat orang lain, serta sikap seseorang dalam kepuasan dengan hasil yang diinginkannya. Minat beli menurut Kotler dan Keller, (2016:181), adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Melalui pemahaman

konsumen terhadap marketing mix dapat diramalkan perilaku konsumen dalam pembelian, hingga dapat dirumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam market, banyak faktor yang mempengaruhi minat beli suatu produk. Produk adalah hal yang kita jual dalam bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan konsumen.

Kunci utama dari suatu produk yakni barang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, selain itu diperlukan nilai lebih dibanding produk lain agar produk kita lebih diterima konsumen. Harga juga merupakan satu hal yang sering dipertimbangkan oleh konsumen. Menurut Alma, (2011:169) harga ialah suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Lokasi juga merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan menentukan lokasi usaha yang baik dan strategis dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut Tjiptono, (2014:92) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementing segi ekonominya. Selain harga dan lokasi ada juga faktor promosi yang ikut mempengaruhi minat beli konsumen. Promosi merupakan salah satu variabel didalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Alma, (2013:176) mendefinisikan pengertian promosi sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Enny Salon adalah salah satu tempat usaha yang lokasinya berada di Kota Kalabahi tepatnya di Desa Adang Buom Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor.

Enny Salon melakukan usahanya setiap hari senin sampai hari sabtu pukul 08.00 sampai dengan 19.00 dengan jumlah karyawan 2 orang. Enny Salon menyediakan berbagai macam pelayanan jasa seperti rebonding, crembath, semir, catok, kriwil, feisel (cuci muka), sambung rambut, cukur alis, make up, lulur badan dan gunting rambut. Namun, dengan banyaknya usaha salon yang ada, pasti adanya pesaing harga, lokasi dan promosi. Untuk menjaga loyalitas pelanggan yang terwujud lewat tingginya minat beli konsumen maka Enny Salon selalu melihat faktor harga, lokasi dan promosi menjadi hal yang penting untuk meningkatkan minat beli konsumen. Crow and Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat beli konsumen yaitu dorongan dari dalam diri individu, motif sosial dan faktor emosional. Harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Harga yang disediakan oleh Enny Salon, konsumen merasa puas karena sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Enny Salon dalam menetapkan harga selalu melihat dari kemampuan konsumen dan juga memiliki daya saing harga dengan salon lain (harga yang Kompetitif). Dengan demikian maka apabila harga tinggi maka akan menurunkan minat beli konsumen, sebaliknya apabila harga menurun atau rendah maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:278) ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian dengan manfaat.

### **Daftar Harga di Enny Salon**

No	Jenis Layanan Jasa	Harga ( Rp )
1	Rebonding Rambut Panjang	200.00,-
2	Rebonding Rambut pendek	125.000,-
3	Crembath Rambut Panjang	50.000,-
4	Crembath Rambut Pendek	30.000,-
5	Catok Rambut Panjang	40.000,-
6	Catok Rambut Pendek	20.000.-
7	Semir Rambut Panjang	50.000,-
8	Semir Rambut Pendek	30.000,-
9	Kriwil Rambut Panjang	50.000,-
10	Kriwil Rambut Pendek	25.000,-
11	Feisel (Cuci muka)	50.000,-
12	Cukur Alis	5.000,-
13	Lulur Badan	75.000,-
14	Gunting Rambut	15.000,-
15	Sambung Rambut Panjang	50.000,-
16	Sambung Rambut Pendek	25.000,-

Selain Harga, Lokasi juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Lokasi Enny Salon yang kurang strategis karena berada jauh dari jalan umum dan sulit untuk dijangkau oleh konsumen sehingga dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Dengan demikian maka lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat beli konsumen, Menurut Nandyka, (2015:57) terdapat lima indikator lokasi yaitu mudah dijangkau, strategis, lalu lintas lancar, tempat parkir luas dan tertib serta lingkungan sekitar aman. Selain faktor harga dan lokasi ada juga faktor promosi yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Enny salon perlu meningkatkan strategi promosi melalui media cetak, media online dan interaksi langsung dengan konsumen untuk memperkenalkan produknya sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang disediakan oleh Enny Salon, maka semakin baik kualitas promosi yang dilakukan oleh Enny Salon akan meningkatkan minat beli konsumen. Menurut Tjiptono, (2008) indikator promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor*”. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor. Berdasarkan uraian latar belakang dan persoalan penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah: <sup>(1)</sup>Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor. <sup>(2)</sup>Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor. <sup>(3)</sup>Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor. <sup>(4)</sup>Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

## METODE PELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel penelitian adalah semua konsumen yang datang ke Enny salon . Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan Sampel penelitian ini adalah Accidental Sampling, yaitu semua orang yang datang dan mendapat pelayanan pada Enny Salon. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara tidak berstruktur, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan 2 tahapan analisis yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri atas analisis deskriptif jawaban responden, analisis uji kuesioner, dan analisis uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis regresi linear berganda dan analisis uji t dan uji F untuk pengambilan keputusan.

- a. Diduga harga berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.
- b. Diduga lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.
- c. Diduga promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.
- d. Diduga harga, lokasi dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Pendahuluan**

Teknik analisis pendahuluan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1. Statistik Deskriptif
  - Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi identitas responden dan deskripsi jawaban responden
- 2. Uji Instrumen Penelitian
  - Uji instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas
  - a. Uji Validitas
    - Hasil uji validitas masing-masing variabel sebagai berikut :
    - Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

**TABEL1. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen**

Pernyataan	r-hitung	Syarat	Keputusan
P1	.821	0.300	Valid
P2	.797	0.300	Valid
P3	.765	0.300	Valid
P4	.802	0.300	Valid
skor_total	1.000		

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa nilai t-hitung dari semua pernyataan variabel minat beli konsumen (Y) lebih besar dari syarat yang ditetapkan (0,300) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid.

➤ Uji Validitas Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

**TABEL 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Pernyataan	r. hitung	Syarat	Keputusan
P1	.760	0.300	Valid
P2	.672	0.300	Valid
P3	.834	0.300	Valid
P4	.754	0.300	Valid
<b>skor_t otal</b>	<b>1.00 0</b>		

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa semua pernyataan variabel harga (X<sub>1</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> lebih besar syarat yang ditetapkan yakni 0.300 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid.

➤ Uji Validitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

**TABEL 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

Pernyataan	r. hitung	Syarat	Keputusan
P1	.751	0.300	Valid
P2	.755	0.300	Valid
P3	.764	0.300	Valid
P4	.848	0,300	Valid
<b>skor_t otal</b>	<b>1.00 0</b>		

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa semua pernyataan variabel lokasi (X<sub>2</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0.300 sehingga semua pernyataan yang digunakan dalam variabel lokasi dinyatakan valid.

➤ Uji Validitas Variabel Promosi (X<sub>3</sub>)

**TABEL 4. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

	t <sub>hitung</sub>	Syarat	Keputusan
P1	.734	0.300	Valid
P2	.724	0.300	Valid
P3	.642	0.300	Valid
P4	.721	0.300	Valid
<b>sko r total</b>	<b>1.000</b>		

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa semua pernyataan variabel promosi (X<sub>3</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> lebih besar dari syarat yang ditetapkan yakni 0.300 sehingga semua pernyataan yang digunakan dalam variabel lokasi dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

**TABEL 5. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Variabel	alpha cronbach's	Syarat	Keputusan
Minat Beli Konsumen	.789	0.600	Reliabel
Harga	.746	0.600	Reliabel
Lokasi	.765	0.600	Reliabel
Promosi	.657	0.600	Reliabel

Berdasarkan data dalam tabel di atas diketahui bahwa nilai alpha cronbach's variabel minat beli konsumen, harga, lokasi dan promosi lebih besar dari 0,600 sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni minat beli konsumen, harga, lokasi dan promosi dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas

**TABEL 6. Hasil Uji Normalitas**

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
HARGA	.938	0	.081
LOKASI	.862	0	.173
PROMOSI	.952	0	.195
MINAT BELI KONSUMEN	.948	0	.147

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan harga, lokasi, promosi dan minat beli konsumen lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas

**TABEL 7. Hasil Uji Linearitas**

	Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
Deviation from Linearity	8.237	4	2.059	.236

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *Sig Deviation From Linearity* sebesar 0,322 > 0,05 maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

c. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

**TABEL 8. Hasil uji multikolinearitas**

Variable	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
HARGA	.291	1.481
LOKASI	.336	1.837
PROMOSI	.397	1.916

Berdasarkan data pada tabel di atas diketahui bahwa nilai Tolerance  $\geq 0,10$  sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

**TABEL 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.963	1.527		.631	.534
HARGA	-.020	.119	-.052	.166	.869
LOKASI	-.020	.099	-.053	.206	.839
PROMOSI	.038	.103	.094	.364	.719

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan variabel harga, lokasi dan promosi  $> 0,05$  sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Analisis Lanjutan**

Dalam analisis ini peneliti akan menghitung atau mengukur seberapa besar pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Enny Salon menggunakan analisis regresi linear berganda dan Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t atau uji parsial dan uji F atau uji simultan.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 10. Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

ant)	(Const	3.695	2.534		1.458	.157
	Harga	.348	.198	-.378	1.757	.31
	Lokasi	.693	.164	.749	4.219	.00
	Promo	.405	.171	.416	2.367	.026

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,695 + 0,348X_1 + 0,693X_2 + 0,405X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai 3,695 yang merupakan nilai konstanta, artinya tanpa adanya Harga (X<sub>1</sub>), Lokasi (X<sub>2</sub>), dan Promosi (X<sub>3</sub>) maka Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 3,695.
- Nilai -0,348 merupakan nilai koefisien regresi variabel harga. Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Harga (X<sub>1</sub>) ditingkatkan, maka Minat Beli Konsumen sebesar 34,8 % dengan ketentuan nilai variabel yang lain adalah tetap.
- Nilai 0,693 merupakan nilai koefisien regresi variabel lokasi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) ditingkatkan, maka Minat Beli Konsumen sebesar 69,3%.
- Nilai 0,405 merupakan nilai koefisien regresi variabel promosi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Promosi (X<sub>3</sub>) ditingkatkan, maka Minat Beli Konsumen sebesar 40,5%.
- Nilai 51,7% merupakan nilai dari variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli di Enny Salon yang tidak diteliti oleh peneliti

b. Koefisien Determinasi

**Tabel 11. Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	.483	1.230

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,483. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 0,483 (48,3%), sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 12. Hasil uji parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.695	2.534		1.458	.157
Harga	-.348	.198	-.378	1.757	.091
Lokasi	.693	.164	.749	4.219	.000
Promosi	.405	.171	.416	2.367	.026

Pengujian hipotesis pertama, hipotesis kedua, dan hipotesis ketiga dilakukan sebagai berikut :

➤ Pengujian hipotesis pertama

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan uji t variabel harga sebesar 0,091. Jika dibandingkan dengan alfa (0,05) maka nilai ini lebih besar karena itu hasil penelitian ini menolak hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel minat beli konsumen. Dengan demikian hasil penelitian ini variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Eny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

➤ Pengujian hipotesis kedua

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan uji t variabel lokasi sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan alfa (0,05) maka nilai ini lebih kecil karena itu hasil penelitian ini menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di Eny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

➤ Pengujian hipotesis ketiga

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel promosi terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

Berdasarkan data dalam tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan uji t variabel promosi sebesar 0,026. Jika dibandingkan dengan alfa (0,05) maka nilai ini lebih kecil karena itu hasil penelitian ini menerima hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di Eny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

2. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 13. Hasil Uji simultan**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

Regresi	45.607	3	15.202	10	.042	.000 <sup>b</sup>
Residual	39.360	26	1.514			
Total	84.967	29				

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan uji F sebesar  $0.000 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima artinya variabel harga, lokasi dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Enny Salon Kota Kalabahi Kabupaten Alor.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti akan mengumpulkan data-data untuk menjawab persoalan penelitian. Dalam menjawab persoalan penelitian dan berdasarkan hasil analisis data (pengujian hipotesis) maka kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y) di Enny Salon, dimana memiliki nilai probabilitas  $0,031 > 0,05$ .
2. Secara parsial variabel lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y) di Enny Salon, dimana memiliki nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ .
3. Secara parsial variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y) di Enny Salon, dimana memiliki nilai probabilitas  $0,026 < 0,05$ .
4. Secara simultan variabel harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen di Enny Salon, dimana memiliki nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ .

### DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., ... & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Anigomang, F. (2025). The Influence of Product Diversity, Location and Service Quality on Purchasing Decisions at the Viktory Kalabahi Store, Alor District. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.C), 51-68. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11448>
- Anigomang, F., Elita, A., & Amaral, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ikan Asin Di Desa Bungabali Kecamatan Pantar Timur Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 991-998. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13309508>
- Awang, M., Rane, M., & Niha, S. (2024). Pengaruh Lokasi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sahabat Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 1049-1063. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13312395>

- 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>
- Duka, M., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kevin Salon Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kevin Salon Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 1005-1019. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461483>
- Famaney, 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>
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T. L., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- 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>
- 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 KALABAHI KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 983-1000. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10247185>
- Lauhade, M., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SUKA-SUKA KALABAHI KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 936-955. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10223400>
- 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>

- 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>
- 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>
- 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>
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., ... & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- 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>