**ELESTE : *Economic Skill Journal***

## Vol. No. 2023 p: ISSN:XXX

*Available Online* : <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index> **e: ISSN: XXX**

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA DEPOK**

Ahmad Syaifudin1, Gena Prasetya Noor2

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

[ahmadsyaifudin@gmail.com](mailto:ahmadsyaifudin@gmail.com1)[1](mailto:ahmadsyaifudin@gmail.com1)

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Depok. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (explanatory) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil uji regresi menunjukan bahwa 92,90% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh lokasi, harga dan kualitas produk sedangkan sisanya 7,10% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan variabel lokasi, harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu Fhitung (760,356) > Ftabel (2,700). Hasil uji t menunjukan bahwa variabel lokasi menunjukan hasil analisis thitung (3,542) dan variabel harga menunjukan hasil analisis thitung (6,058) dimana ttabel (2,222) maka kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

**Kata kunci : Lokasi, Harga , Kualitas Produk , Keputusan Pembelian**

***Abstract***

*The purpose of this study is to determine and analyze the influence of Location, Price, and Product Quality on Mixue's Purchasing Decision in Depok City. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression. Sample selection is done by purposive sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple linear regression. The results of the regression test showed that 92.90% of purchasing decision factors could be explained by location, price and product quality while the remaining 7.10% was explained by other factors not studied in this study. While the results of the F test show that simultaneously the variables of location, price and product quality simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis, namely Fcalculate (760,356) > Ftable (2,700). The results of the t test show that the location variable shows the results of the tcount analysis (3.542) and the price variable shows the results of the tcalculate analysis (6.058) where ttable (2.222) then both variables have a positive and significant effect on Mixue's purchase decision in Depok City.*

***Keywords: Location, Price, Product Quality, Purchasing Decision.***

***(\*)*** *Corresponding Author : Ahmad Syaifudin,* [*ahmadsyaifudin254@gmail.com1 ,*](mailto:ahmadsyaifudin254@gmail.com1%20,) *081211612613*

### INTRODUCTION

Persaingan industri makanan dan minuman diIndonesia sangat beragam dan menarik khusunya pada bidang perusahaan food and baverage yang berlomba-lomba dalam menghadirkan produk nya, terutama pada produk minuman nya banyak sekali minuman-minuman yang di sukai semua orang terutama oleh para remaja diIndonesia seperti kopi , es teh , ice cream dan boba dalam menghadirkan produk nya tersebut dengan menarik, Bonus demografi yang di miliki Indonesia menjadi market yang bagus bagi perusahaan food and baverage asing untuk scale up usahanya ditambah masyarakat Indonesia yang begitu konsumtif. Prilaku konsumtif memiliki beberapa faktor penyebab , diantaranya adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu terdiri dari : motivasi, sikap , kepribadian dan konsep diri , pembelajaran dan memori , dan pemrosesan informasi. Kemudian faktor eksternal terdiri dari : budaya , sub-budaya , kelas sosial , keluarga individu dan pengaruh lain.

Merek minuman yang berasal dari China yang bernama Mixue ice cream and tea yang berdiri sejak tahun 1997, akhirnya membuka gerai pertamanya di Cihampelas Walk Bandung pada tahun 2020. Adapun hak franchise Mixue di Indonesia di pegang oleh PT Zhiseng Pacific Trading hanya dalam dua tahun ekspansinya ke Indonesia , Mixue berhasil memiliki banyak gerai yang tersebar tak hanya di Kota besar tapi juga sampai ke daerah terpencil di Indonesia. Di Kota Depok perkembanganya cukup pesat gerai-gerai yang bermunculan .

Minat terhadap produk minuman yang sekarang ini sudah beragam dalam inovasinya membuat orang-orang menjadi penasaran ingin membelinya dan bahkan sampai menjadi tren kekinian dalam melengkapi gaya hidup sebelum adanya Mixue di Indonesia tren minuman es kopi , es teh dan boba yang ada di perusahaan food and baverage sudah ada dan banyak merek-merek terkenal dari luar negri dan dalam negri yang hadir lebih dulu seperti Starbucks , es teh indonesia , kopi kenangan , kopi janji jiwa, xie boba dan lainya, masyarakat di perkotaan sudah terbiasa dengan minuman seperti itu. Namun untuk kalangan menegah kebawah harga yang ada pada merek tersebut dalam menjual produknya masih terbilang mahal.

Mixue menjual produk-produknya dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan kompetitor nya membuat mixue cepat digemari. Khususnya bagi masyarakat di Kota Depok yang begitu antusisas dengan kehadiranya gerai-gerai Mixue sehingga menimbukan tren baru sehingga fear of missing out atau Fomo dimasyarakat akan kehadiran Mixue di Kota Depok.

Fomo adalah ketakutan akan ketertinggalan. Terbukti setiap di pembukaan gerai- gerai Mixue selalu ramai dengan antrian para pembeli.Soal harganya yang di bandrol lebih murah dari merek lain yang biasa di bandrol 30 ribu rupiah bahkan lebih, Mixue memberikan solusi serta inovasi dalam memberikan produk nya dengan harga yang dibawah rata-rata tetap dengan rasa yang enak hal ini membuat Mixue menjadi cepat digemari sesuai dengan market orang Indonesia yang mau banyak dan enak tapi murah.

Hanya dengan bermodalkan keberanian dan uang 4.000 yuan atau setara dengan 8 juta (kurs Rp 2.000) dari neneknya, ia mulai mendirikan kedai es serut. Toko bernama “es serut aliran dingin” ini adalah pendahulu dari Mixue bingcheng perjalanan kewirausahaan

. Pada tahun 1997 di Kota Zhengzhou Henan , Zhang Hongchao Owners dari Mixue menawarkan produk pertamanya yaitu es serut di gerai sederhana miliknya , pada awalnya jenis varian yang ada hanya es serut , ice cream , smoothie dan baru beberapa bulan kemudian ada menu teh susu mutiara.

### METHODS

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah kuantitatif yaitu dengan penelitian survey yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosialogi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner).

***RESULTS & DISCUSSION***

***Results***

# Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitasdata.Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

# Uji Validitas

## Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Keamanan | 0,722 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Penerimaan masyarakat | 0,337 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Insentif pemerintah  Lokal | 0,722 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Ketersediaan air | 0,425 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Ketersediaan listrik dan energi | 0,598 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 6 | Ketersediaan infrastruktur | 0,585 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item- Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai rtabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Lokasi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Keterjangkauan harga | 0,882 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Kesesuaian harga | 0,917 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Daya saing harga | 0,911 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Kesesuaian harga dan manfaatnya | 0,921 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Kesesuaian harga dan  Manfaatnya | 0,883 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item- Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai rtabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Kinerja | 0,720 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Tampilan | 0,769 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Kesesuaian | 0,829 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Daya tahan | 0,451 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Keindahan | 0,865 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 6 | Kualitas yang dipersepsikan | 0,347 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai rtabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Kualitas Produk tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Pemilihan produk | 0,552 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Pemilihan merek | 0,447 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Pemilihan tempat  Penyalur | 0,403 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Jumlah pembelian atas kuantitas | 0,498 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Waktu pembelian | 0,556 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item- Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai rtabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel keputusan Pembeliantersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

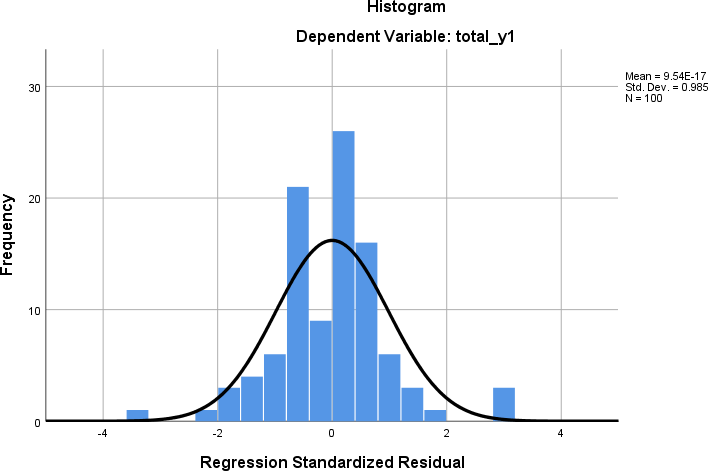
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | VARIABEL | Cronbach α | SIMPULAN | KETERANGAN |
|  | | | | |
| 1 | Lokasi | 0,781 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 2 | Harga | 0,963 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 3 | Kualitas produk | 0,831 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 4 | Keputusan pembelian | 0,934 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

## Hasil Uji Normalitas



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Pada output SPSS, lihat diagram *Histogram*: jika membentuk lengkung kurve normal maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

## Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | Unstandardized Residual |
| N |  | 100 |
|  | Mean | .0000000 |
| Normal Parametersa,b | Std. | 1.98793373 |
|  | Deviation |  |
|  | Absolute | .112 |
| Most Extreme Differences | Positive | .112 |
|  | Negative | -.054 |
| Kolmogorov-Smirnov Z |  | 1.116 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) |  | .165 |
|  |  |  |

* 1. Test distribution is Normal.
  2. Calculated from data.

Berdasarkan table output di atas,diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,165 > 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dengan uji normlitas Kolmogorov- smirnov di atas,dapat disimpilkan bahwa data berdistribusi normal,dengan demikina,asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

## Uji Multikolinieritas

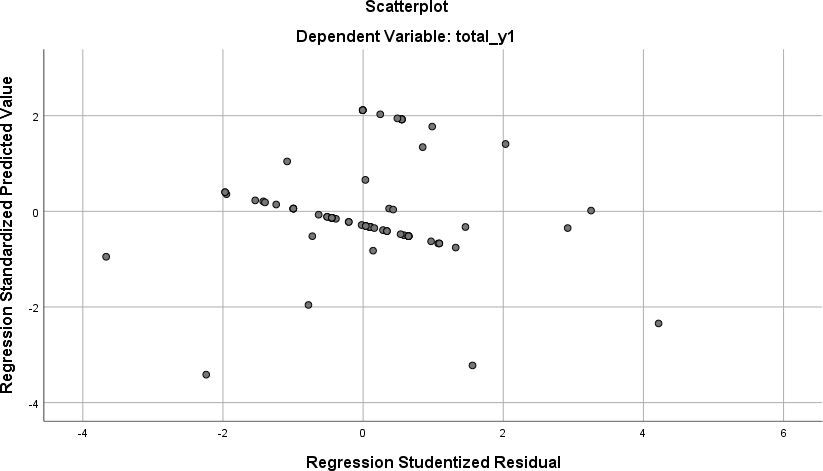
Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance > 0,1 atau VIF < 10. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| VARIABEL | COLLINEARITY STATISTICS | | | |
| TOLERANCE | | VIF | |
| HASIL | SIMPULAN | HASIL | SIMPULAN |
|  | | | | |
| Lokasi | 0,363 | > 0,1 | 2,755 | < 5 |
| Harga | 0,332 | > 0,1 | 3,013 | < 5 |
| Kualitas produk | 0,279 | > 0,1 | 3,580 | < 5 |

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tdak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian.

## Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Hasil Heteroskidastisitas Dengan Pendekatan Grafik**

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angkanol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehinggamodel regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukanvariabel independennya.

## Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Glejser

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -.375 | .861 |  | -.435 | .664 |
| Lokasi | .357 | .062 | .324 | 5.773 | .279 |
| Harga | .178 | .042 | .249 | 4.253 | .185 |
| kualitas produk | .400 | .057 | .449 | 7.023 | .284 |

Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa tingkat signifikansi dari Lokasi (X1) adalah sebesar 0,279, Harga (X2) Sebesar 0,185 dan Kualitas Produk (X3) sebesar 0,284 Jumlah tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini anatara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R2) dan uji t (uji parsial).

## Persamaan Regresi Linier Berganda

**Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Unstandardized Coefficients | | | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| Model |  | B | Std. Error | Beta | Toleranc  e | VIF |
| 1 | (Constant) | -.351 | .301 |  | -1.168 | .246 |  |  |
| Lokasi | .076 | .022 | .275 | 3.542 | .001 | .363 | 2.755 |
| Harga | .089 | .015 | .491 | 6.058 | .000 | .332 | 3.013 |
| kualitas produk | .044 | .020 | .196 | 2.222 | .029 | .279 | 3.580 |

Melihat nilai *Unstandardizet Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut:

### Y = -0,351 - 0,076X1 + 0,089X2 + 0,044X3

Yang berarti bahwa :

1. konstanta sebesar -0,351 yang berarti jika varibel lokasi, harga , kualitas produk dianggap nol maka variabel keputusan pemebelian hanya sebesar -0,351. Dimana tanda mines pada hasil yang di tunjukan karena tidak ada nya sertifikasi halal dari produk , serta konsumen yang membeli karena Fomo sudah jenuh dengan produknya.
2. Koefisien regresi variabel lokasi diperoleh nilai sebesar 0,076 yang berarti jika variabel lokasi mengalami penurunan sementara variabel harga dan kualitas produk diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan sebesar 0,076.
3. Koefisien regresi variabel harga diperoleh nilai sebesar 0,089 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan sementara variabel lokasi dan kualitas produk

diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,089.

1. Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai sebesar 0,044 yang berarti bahwa jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sementara variabel lokasi dan harga diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan sebesar 0,044.

## Hasil Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 10. Hasil Uji F**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model |  | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 427.274 | 3 | 142.425 | 760.356 | .000b |
| Residual | 52.516 | 96 | .547 |  |  |
| Total | 479.790 | 99 |  |  |  |

Tabel diatas menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,784 atau 78,4% ini berarti bahwa variabel independen berupa lokasi, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian Mixue di Kota Depok sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya suasana lingkungan , bukti fisik, promosi dan lain sebagainya.

## Koefisien Determinasi (R2)

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)**

**Model Summaryb**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .889a | .790 | .784 | .258 |

Tabel diatas menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,784 atau 78,4% ini berarti bahwa variabel independen berupa lokasi, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian Mixue di Kota Depok sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya suasana lingkungan , bukti fisik, promosi dan lain sebagainya.

## Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri.

**Tabel 12. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| VARIABEL | T | | Sig. | | KESIMPULAN |
| Thitung | ttabel | HASIL | α = 5% |
| Lokasi | 3,542 | < 1,980 | 0,001 | > 0,05 | Berpengaruh signifikan |
| Harga | 6,058 | > 1,980 | 0,000 | < 0,05 | Berpengaruh signifikan |
| Kualitas produk | 2,222 | > 1,980 | 0,029 | < 0,05 | Berpengaruh signifikan |

Guna menentukan H0 maupun H1 yang ditolak atau diterima maka nilai thitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat signifikasi 5% (α = 0,05). Nilai ttabel pada tingkat signifikasi 5% (α = 0,05) adalah 1,980 dengan membandingkan thitung dan ttabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

* 1. secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (3,542) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.
  2. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (6,058) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.
  3. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (2,222) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.

### DISCUSSION

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui permasalahan di gerai Mixue di Kota Depok khususnya mengenai keputusan pembelian sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel Lokasi, Harga dan kualitas produk maka permasalahan tersebut setidak nya mulai terjawab. Dari ketiga variabel independen yang digunakan, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Depok. Hasil uji statistik yang diolah menggunakan SPSS versi 26.0, berdasarkan uji t variabel Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok yaitu dengan memperoleh nilai thitung 3,542 dengan tingkat signifikasi 0,001. Oleh karena itu t hitung (3,542) > t tabel (1,980), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukan bahwa variabel Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue, yang artinya jika pengaruh Lokasi semakin tinggi, maka keputusan pembelian Mixue di Kota Depok akan semakin meningkat.Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irfan fawzy, Seno Sumowo, Nur Saidah (2018), berjudul Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada stsiun cafe balung jember. Hasil penelitian ini menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pada stasiun cafe.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Depok. Hasil uji statistik yang diolah menggunakan SPSS versi 26.0, berdasarkan uji t variabel Harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok yaitu dengan memperoleh nilai thitung 6,058 dengan tingkat signifikasi 0,000. Oleh karena itu t hitung (6,058) > t tabel (1,980), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue, yang artinya jika pengaruh Harga semakin tinggi, maka keputusan pembelian Mixue di Kota Depok akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arya Duta permana pane, Fauzi Arif Budiman (2023), Berjudul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru). Hasil penelitian ini menyatakan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Depok. Hasil uji statistik yang diolah menggunakan SPSS versi 26.0, berdasarkan uji t variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok yaitu dengan memperoleh nilai thitung 2,222 dengan tingkat signifikasi 0,029. Oleh karena itu t hitung (2,222) > t tabel (1,980), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok, yang artinya jika pengaruh Kualitas Produk semakin tinggi, maka keputusan pembelian Mixue di Kota Depok akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Solikah, Badriatus (2022), yang berjudul Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen ( Studi pada pemakai MS GLOW di STIE PGRI JOMBANG). Hasil penelitian ini kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pemakai MS GLOW di STIE PGRI JOMBANG).

### CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interprestasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Secara serempak lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.
2. secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok
3. secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.
4. secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok

### REFERENCES

Arfah, Yenni. (2022). Keputusan Pembelian Produk. Padang : PT Inovasi Pratama Internasional

Arinawati, Ely., & Suryadi, Badrus. (2021). Penataan Produk SMK/MAK Kelas XI. J akarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.

Arianto, Nurmin. (2022). Manajemen Pemasaran. Surabaya : Cipta Media Nusantara. Badrianto, Yuan., Suriadi., Erick, Yohanes., Nugroho, Hari., Sudirman, Acai., Rinda,Rachmatullaily T., Muafa, Irfan W., Gunaisah Endang., Triadinda, Dexi., Zaena, Rosya Rosaria., Safrizal., Fitria, Norman., Rokhmawati, Dian. (2022). Manajemen Operasional (Produksi dan Operasi). Bandung : Media Sains Indonesia.

Clarita, Novia. "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci." *AKSIOMA: Jurnal Manajemen* 2.1

(2023): 37-53.

Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik:* Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia administrasi dan Pelayanan Publik, 9(1), 104-112

Efendi Achmad, Wardhani N. W .S., Fitriani Rahma, Sumarminingsih. (2020). Analisis Regresi Teori dan Aplikasi dengan R. Malang : UB Press.

Ernawati, Reni., Anastasia Bernadin Dwi., Jenji Gunaedi Argo. (2021). "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 200-218.

Ferine, Kiki. F .,& Yuda. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Situs Online Shop. Yogyakarta : Selat Media Patners.

Ghozali, Imam. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25.

Semarang : Universitas Diponegoro.

Hadiguna, Rika Ampuh. (2023). Perencanaan Sistem Logistik. Yogyakarta : Jejak Pustaka.