

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Penentu Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pasar Aek Kota Batu Labuhanbatu Utara

Inung Nurhayana^{1✉}, Hayanuddin Safri², Anita Sri Rejeki Hutagaol³

Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketidakkonsistenan harga, fluktuasi harga meningkat menjelang hari besar, pelayanan yang lambat, minimnya lokasi parkir, kurangnya keberagaman produk, serta rendahnya minat beli konsumen karena kurang lengkapnya ketersediaan produk. Tujuan daripada penelitian ini guna mengidentifikasi pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, serta keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengukuran keseluruhan variabel dengan skala Likert dengan 25 pernyataan, jumlah sampel penelitian yakni 125 responden melalui teknik accidental sampling. Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas serta reliabilitas. Data dianalisis dengan regresi linier berganda memanfaatkan SPSS versi 25. Temuan penelitian menunjukkan persamaan regresi: $Y = 7,740 + 0,255X_1 - 0,043X_2 + 0,312X_3 + 0,101X_4 + \epsilon$. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,797(79,7%), sedangkan koefisien determinasi (R^2) 62,2%. Secara parsial, harga, lokasi, dan keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, sementara kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Akan tetapi, secara simultan, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Keywords: *Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keberagaman Produk, Minat beli*

Abstract

This research is motivated by price inconsistencies, price fluctuations that increase before major holidays, slow service, limited parking space, lack of product variety, and low consumer purchase interest due to the incomplete availability of products. The purpose of this study is to identify the influence of price, service quality, location, and product diversity on consumer purchase interest at Aek Kota Batu Market, North Labuhanbatu. This research is associative in nature with a quantitative approach. All variables were measured using a Likert scale with 25 statements. The sample consisted of 125 respondents, selected using accidental sampling technique. Instrument testing was conducted through validity and reliability tests. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The research findings show the regression equation: $Y = 7.740 + 0.255X_1 - 0.043X_2 + 0.312X_3 + 0.101X_4 + \epsilon$. The correlation coefficient (R) is 0.797 (79.7%), while the coefficient of determination (R^2) is 62.2%. Partially, price, location, and product diversity have a significant effect on consumer purchase interest, while service quality does not have a significant effect. However, simultaneously, price, service quality, location, and product diversity influence consumer purchase interest.

Kata Kunci: *Price, Service Quality, Location, Product Diversity, Purchase Intention.*

PENDAHULUAN

Sistem perdagangan muncul sebagai solusi karena keterbatasan manusia dalam memenuhi kebutuhannya sendiri menjadikan pasar sebagai sarana penting dalam aktivitas sehari-hari untuk memperoleh berbagai keperluan hidup. Pasar dapat diartikan sebagai sebuah sistem yang memfasilitasi interaksi langsung antara penjual dengan pembeli guna melakukan transaksi barang atau jasa serta menentukan harga dalam aktivitas tersebut (Umar dalam Sadiyah, 2021). Umumnya, pasar dibagi menjadi dua kategori: pasar tradisional dan modern. Mengikuti peraturan menteri perdagangan no. 53/m-dag/per/12/2008; Pasar Tradisional yakni pasar yang pembangunan serta pengelolaannya oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN maupun BUMD, termasuk kolaborasi dengan swasta, termasuk toko, kios, los, serta tenda milik atau dikelola oleh pedagang kecil hingga menengah, masyarakat swadaya, atau koperasi, dengan skala usaha dan modal kecil serta proses transaksi barang dagangan dengan tawar-menawar (Sahban & Perwira dalam Wibowo et al., 2022).

Pasar tradisional memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal sekaligus menjadi bagian penting dari kehidupan sosial masyarakat, salah satunya pasar Aek Kota Batu yang berada di kabupaten Labuhanbatu Utara memegang peranan esensial dalam mencukupi kebutuhan keseharian. Pasar ini menyediakan beragam produk dengan harga yang terjangkau, sehingga mendukung aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Namun, seiring perkembangan zaman, maraknya pasar modern serta minimarket telah mengubah minat beli konsumen yang kini lebih mementingkan kenyamanan, kecepatan dan kemudahan dalam berbelanja. Pasar modern yang memberikan harga tetap tanpa adanya proses tawar-menawar, kualitas pelayanan yang lebih cepat dan profesional, lokasi parkir yang luas serta tempat yang bersih dan terjaga, serta keberagaman produk yang dijual lebih bervariasi seperti produk impor dengan kualitas yang tinggi dan kemasan yang menarik. Kondisi ini membuat Pasar Aek Kota Batu, mengalami penurunan daya saing. Tantangan yang dihadapi oleh Pasar Aek Kota Batu semakin rumit dengan adanya berbagai masalah, seperti harga yang tidak konsisten yang sering berbeda antara pedagang meskipun jenis barang yang dijual sama, fluktuasi harga yang meningkat drastis saat menjelang hari besar seperti ramadhan, idul fitri, dan natal, kualitas pelayanan yang lambat karena banyaknya pedagang yang kurang cepat melayani pembeli terutama pada saat pasar ramai, minimnya lokasi parkir yang tidak dapat menampung kendaraan pengunjung yang membuat pengunjung kesulitan menemukan tempat parkir, kurangnya variasi keberagaman produk dan kurangnya minat beli konsumen karena ketersediaan produk yang kurang lengkap. Permasalahan-permasalahan tersebut memengaruhi daya tarik pasar Pasar Aek Kota Batu di mata konsumen, sehingga penting bagi pedagang dan pengelola pasar untuk memahami beragam faktor yang memengaruhi minat beli konsumen guna meningkatkan daya saing pasar.

Minat beli menggambarkan sikap konsumen yang menunjukkan keinginan memilih, menggunakan, mengkonsumsi barang yang tersedia (Kotler dan Killer dalam Juwita & Hermawan, 2020). Minat beli yaitu suatu perhatian yang disertai dengan perasaan yang baik terhadap barang ataupun jasa yang menimbulkan keinginan serta keyakinan bahwa barang dan jasa tersebut memberikan manfaat sehingga seseorang merasa tertarik untuk memiliki dan membelanya (Priansa dalam Lubis & Gunawan didik, 2023). Berdasarkan observasi awal yang dilakukan sejumlah faktor yang memengaruhi konsumen untuk berbelanja yakni; Harga, Kualitas pelayanan, lokasi serta keberagaman produk.

Harga termasuk di antara faktor utama yang diperhitungkan konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen cenderung tertarik pada harga yang lebih terjangkau, karena mereka sering mencari barang atau komoditas dengan harga lebih rendah dibanding yang ditawarkan di pasar modern dan minimarket.

Kualitas pelayanan dari pedagang memiliki peran penting dalam menarik minat beli konsumen, sehingga menjadikannya faktor utama yang memengaruhi kenyamanan serta kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, serta responsif terhadap kebutuhan

pelanggan akan membuat pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga mendorong konsumen untuk kembali berbelanja.

Lokasi pasar juga termasuk faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pasar dengan lokasi strategis dan kemudahan akses cenderung lebih ramai dikunjungi, karena konsumen lebih memilih berbelanja di lokasi yang berdekatan dengan rumah mereka demi kemudahan akses. Sebaliknya, pasar yang terletak di area terpencil atau jauh dari pusat keramaian berpotensi mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Keberagaman produk juga termasuk satu di antara faktor utama dalam menarik minat beli konsumen. Semakin beragam pilihan yang ada, peluang bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan semakin besar. Keanekaragaman ini tidak hanya memberikan konsumen lebih banyak pilihan, tetapi juga meningkatkan kepuasan mereka dan mendorong keinginan untuk berbelanja secara berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan penelitian asosiatif melalui pendekatan kuantitatif, sebab mendeteksi hubungan antara dua atau lebih variabel yakni pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi serta keberagaman produk terhadap penentu minat beli konsumen. Lokasi penelitian di Pasar Aek Kota Batu Labuhanbatu Utara.

Populasi penelitian melibatkan konsumen Pasar Aek Kota Batu Labuhanbatu Utara. Karenanya, jumlah populasinya tidak dapat dipastikan. Sampel diambil melalui pemanfaatan pendekatan Accidental Sampling, yakni teknik pengambilan sampel menurut unsur kebetulan, dimana siapa pun yang dijumpai peneliti dan dirasa memenuhi kriteria dapat menjadi responden. Karena ketidakpastian jumlah populasi penelitian, peneliti menetapkan jumlah minimal sampel berdasarkan rumus Ferdinand (2014:173). Menurut Ferdinand, jumlah sampel bisa dihitung dengan jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10. Di riset ini, ada 25 indikator sehingga jumlah sampel penelitian ini yakni $25 \times 5 = 125$. Maka, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 125 konsumen yang berbelanja di Pasar Aek Kota Batu Labuhanbatu Utara.

Instrumen studi yang digunakan berupa kuesioner yang berisikan rangkaian pernyataan yang harus dijawab responden guna mendapatkan data yang diperlukan dengan memanfaatkan skala likert 5 pilihan penilaian, yakni: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju.

Data dianalisis dengan penerapan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, serta uji asumsi klasik, di mana mencakup uji normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Penerapan pengujian hipotesis melalui uji signifikansi secara parsial (uji t), uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Keseluruhan analisis ini diterapkan dengan memanfaatkan SPSS 25 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Penerapan uji validitas bertujuan guna menjamin bahwasanya setiap pernyataan dalam instrumen mampu mengukur variabel yang dikaji. Proses ini diterapkan dengan memanfaatkan SPSS for Windows versi 25. Pengambilan keputusan diambil berdasarkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig. < 0,05$. hasil analisis Uji Validitas data yakni.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No	r_{hitung}	r_{tabel}	P(Sig.)	Keterangan
Harga (X1)	1	0,660	0,176	0,000	Valid
	2	0,712	0,176	0,000	Valid
	3	0,716	0,176	0,000	Valid

Kualitas Pelayanan (X2)	4	0,671	0,176	0,000	Valid
	5	0,649	0,176	0,000	Valid
	1	0,788	0,176	0,000	Valid
	2	0,722	0,176	0,000	Valid
	3	0,775	0,176	0,000	Valid
Lokasi (X3)	4	0,700	0,176	0,000	Valid
	5	0,692	0,176	0,000	Valid
	1	0,778	0,176	0,000	Valid
	2	0,725	0,176	0,000	Valid
	3	0,780	0,176	0,000	Valid
Keberagaman Produk (X4)	4	0,720	0,176	0,000	Valid
	5	0,725	0,176	0,000	Valid
	1	0,744	0,176	0,000	Valid
	2	0,717	0,176	0,000	Valid
	3	0,736	0,176	0,000	Valid
Minat Beli (Y)	4	0,732	0,176	0,000	Valid
	5	0,704	0,176	0,000	Valid
	1	0,702	0,176	0,000	Valid
	2	0,660	0,176	0,000	Valid
	3	0,711	0,176	0,000	Valid
	4	0,705	0,176	0,000	Valid
	5	0,677	0,176	0,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil uji validitas instrumen penelitian, kesemua indikator pada setiap variabel terbukti valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai sig. 0,05 dan jumlah data sebanyak 125, nilai r_{tabel} yang diperoleh adalah 0,176.

Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliable jika mampu menghasilkan data yang konsisten meskipun digunakan secara berulang pada objek yang sama. Variabel dinilai reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*-nya $> 0,7$. Hasil uji reliabilitas yakni.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Pernyataan	Cronbach`s Alpha	Syarat	Keterangan
Total X1	0,710	0,7	Reliabel
Total X2	0,787	0,7	Reliabel
Total X3	0,800	0,7	Reliabel
Total X4	0,777	0,7	Reliabel
Total Y	0,724	0,7	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil uji reliabilitas instrumen penelitian, seluruh nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$. Karenanya, setiap butir pernyataan pada variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, keberagaman produk, serta minat beli konsumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Perlu diterapkan uji asumsi klasik sebelum pengujian hipotesis, guna memastikan bahwasanya model yang digunakan memiliki validitas tinggi. Uji ini mencakup sejumlah asumsi yang perlu dipenuhi supaya hasil estimasi tidak menghasilkan kesimpulan yang bias, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Penerapan uji normalitas tujuannya guna memastikan distribusi data dari variabel independent maupun dependen dalam model regresi, normal atau tidak. Distribusi data yang normal atau mendekati normal menunjukkan karakteristik model regresi yang ideal. Guna menguji normalitas data padastudi ini, dimanfaatkan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil dari pengujian normalitas data yakni.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.43314116
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.049
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil uji normalitas menerapkan metode *Kolmogorov-Smirnov*, didapat nilai sig. 0,200^{c,d}. Karena nilai tersebut di atas taraf sig. 0,05, mengindikasikan bahwasanya data penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diartikan sebagai kondisi di mana terdapat hubungan linear antar variabel bebas dalam model regresi. Uji ini diterapkan guna mendeteksi kondisi tersebut. Tidak ditemukannya multikolinearitas menunjukkan model regresi yang ideal. Multikolinearitas bisa dianalisis melalui nilai toleransi dan VIF. Secara umum, multikolinearitas dianggap tidak muncul jika nilai tolerance >0,100 atau nilai VIF < 10.00. Hasil uji multikolinearitas yakni:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Collinearity Statistics			
		Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B					
1	(Constant)	7.740		6.144	.000		
	harga	.255	.375	6.485	.000	.911	1.098

kualitas pelayanan lokasi keberagaman produk	-.043	.038	-.063	-1.125	.263	.961	1.041
	.312	.042	.509	7.508	.000	.663	1.509
	.101	.042	.156	2.391	.018	.715	1.398

a. Dependent Variable: minat beli konsumen

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil penelitian, ditunjukkan nilai VIF = $1 < 10$, menandakan data tidak dijumpai gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diterapkan guna mendeteksi perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Sifat homoskedastisitas menunjukkan model regresi yang baik, yakni tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji Glejser dimanfaatkan guna mendeteksi heteroskedastisitas. Hasil analisis uji heteroskedastisitas yakni.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		B	Beta		
1	(Constant)	1.285		1.751	.083
	harga	.011	.047	.496	.621
	kualitas pelayanan	-.006	-.024	-.257	.798
	lokasi	-.011	-.049	-.434	.665
	keberagaman produk	-.001	-.006	-.053	.958

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, dihasilkan nilai sig. untuk variabel bebas X1 (0,621), X2 (0,798), X3 (0,665), dan X4 (0,958) > standar sig. 0,05. Menandakan bahwasanya dalam model regresi yang digunakan tidak dijumpai gejala Heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Studi ini menganalisis data melalui regresi linear berganda dengan memanfaatkan software SPSS. Analisis ini menghitung hubungan antara variabel independen, yakni Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), dan Keberagaman Produk (X4), terhadap Minat Beli Konsumen (Y) sebagai variabel Dependen. Hasil analisis regresi linear berganda tersebut yakni:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		B	Beta		

1	(Constant)	7.740	1.260		6.144	.000
	harga	.255	.039	.375	6.485	.000
	kualitas pelayanan	-.043	.038	-.063	-1.125	.263
	lokasi	.312	.042	.509	7.508	.000
	keberagaman produk	.101	.042	.156	2.391	.018

a. Dependent Variable: minat beli konsumen

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil uji regresi, dihasilkan persamaan Regresi Linear Berganda, yakni:
 $Y = 7,740 + 0,255X_1 - 0,043X_2 + 0,312X_3 + 0,101X_4 + \epsilon$.

Berdasarkan persamaan diatas, dapat diperoleh kesimpulan:

- Nilai konstanta 7,740, menandakan bahwasanya jika variabel harga, kualitas pelayanan, Lokasi, serta keberagaman produk nilai konstantannya di asumsikan bernilai 0 artinya nilai minat beli konsumen 7,740.
- Nilai koefisien regresi variabel harga positif 0,255 menandakan bahwasanya jika variabel harga naik 1%, minat beli konsumen akan meningkat sebanyak 0,255.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan negatif -0,043 menandakan bahwasanya jika ada penurunan 1% variabel kualitas pelayanan akan menurunkan minat beli konsumen sebanyak 0,043.
- Nilai koefisien regresi variabel lokasi positif 0,312 menandakan bahwasanya jika variabel Lokasi naik 1%, minat beli konsumen akan meningkat sebanyak 0,312.
- Nilai koefisien regresi variabel keberagaman produk positif 0,101 maka menandakan bahwasanya jika ada kenaikan 1% variabel keberagaman produk akan menyebabkan minat beli konsumen meningkat sebanyak 0,101.

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji parsial yakni guna menilai pengaruh secara signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini diterapkan dengan menetapkan nilai kritis pada tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji t yakni:

Tabel 7. Hasil Uji Parsial t

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1	(Constant)	7.740	1.260		6.144	.000
	harga	.255	.039	.375	6.485	.000
	kualitas pelayanan	-.043	.038	-.063	-1.125	.263
	lokasi	.312	.042	.509	7.508	.000
	keberagaman produk	.101	.042	.156	2.391	.018

a. Dependent Variable: minat beli konsumen

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Harga (X1)

Analisis ini tujuannya guna mengetahui apakah variabel Harga (X1) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Mengikuti table 7, nilai

sig. Variabel Harga 0,000 ($< 0,05$) menandakan bahwasanya Harga (X1) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.

Kualitas Pelayanan (X2)

Analisis ini tujuannya guna menguji apakah variabel Kualitas Pelayanan (X2) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Mengikuti table 7, nilai sig. Variabel Kualitas Pelayanan 0,263 ($> 0,05$) menandakan bahwasanya Kualitas Pelayanan (X2) tidak memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan. Hasil penelitian ini selaras dengan studi oleh (Widayat & Purwanto, 2020) yang mengungkapkan bahwasanya kualitas pelayanan tidak memengaruhi minat beli konsumen secara signifikan.

Lokasi (X3)

Analisis ini tujuannya guna mengetahui apakah variabel Lokasi (X3) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Mengikuti table 7, nilai sig. Variabel Lokasi 0,000 ($< 0,05$) menandakan bahwasanya Lokasi (X3) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.

Keberagaman Produk (X4)

Analisis ini tujuannya guna mengetahui apakah variabel Keberagaman Produk (X4) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Mengikuti table 7, nilai sig. Variabel Keberagaman Produk 0,018 ($> 0,05$) menandakan bahwasanya Keberagaman Produk (X4) memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y) di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan diterapkan melalui Uji F, yang bertujuan guna menilai pengaruh variabel independen, yakni Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), serta Keberagaman Produk (X4), terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y). Dengan tingkat sig. 0,05 (5%), hasil dari Uji F yakni:

Tabel 8. Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.117	4	110.529	52.079	.000 ^b
	Residual	254.683	120	2.122		
	Total	696.800	124			

a. Dependent Variable: minat beli konsumen

b. Predictors: (Constant), keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Mengikuti hasil Uji F dengan tingkat sig, 0,05, Nilai sig. di bawah 0,05, menandakan bahwasanya variabel Independen Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, serta Keberagaman Produk memengaruhi Variabel Dependen Minat Beli Konsumen secara simultan.

Koefisien Determinasi

Guna menilai besar pengaruh variabel independent atau variabel lain terhadap variabel dependen, dimanfaatkan koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengalikan R^2 dengan 100%. Analisis koefisien determinasi diterapkan dengan memanfaatkan SPSS versi 25, dengan hasilnya yakni:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				Std. Error of the
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Estimate
1	.797 ^a	.634	.622	1.45683

a. Predictors: (Constant), keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2025.

Koefisien Determinasi bertujuan guna menilai besar pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. R Square yang diperoleh dalam hal ini Adjusted R Square (Adj R²), 0,622. Artinya, variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Keberagaman Produk secara simultan memberikan kontribusi sebesar 62,2% terhadap variabel dependen. Sementara itu, sisanya 37,8% (100% - 62,2%) dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian ini.

SIMPULAN

Tujuan daripada penelitian ini guna mengidentifikasi dan membuktikan adanya pengaruh signifikan dari variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara. Mengikuti hasil penelitian, diambil kesimpulan bahwasanya:

- Variabel Harga, memengaruhi minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.
- Variabel Kualitas Pelayanan, tidak memengaruhi minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.
- Variabel Lokasi memengaruhi minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.
- Variabel Keberagaman Produk memengaruhi minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara secara signifikan.
- Variabel dalam penelitian ini mengungkapkan bahwasanya secara simultan, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keberagaman produk memengaruhi faktor yang menentukan minat beli konsumen di Pasar Aek Kota Batu, Labuhanbatu Utara.

Referensi :

- Akmal, E., Panjaitan, H. P., & Ginting, Y. M. (2023). Service Quality, Product Quality, Price, Promotion, and Location on Customer Satisfaction and Loyalty in CV. Restu. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(1), 39–54. <https://doi.org/10.35145/jabt.v4i1.118>
- Aryani, D. N., Hartutik, Desi Derina Yusda, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, & Yanti Setianti. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1664>
- Dewanata, O. Y., Santoso, B., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mebel Putra Furniture Puger. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(2), 251–264. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i2.5179>
- Dyatmika, S. W., & Firdaus, L. M. (2021). The Effect of Price Service Quality, and Company Image on Purchase Decisions on Jalanjalan.Id Gresik. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (Ijebar)*, 5(2), 304–317.
- Ekonomi, F., Pamulang, U., & Produk, K. (2020). *Jurnal*. 3(2), 108–119.

- Ghufron, M., & Zuraida, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamidi Tritunggal Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(3), 716-730. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.557>
- Journal, I. E., & Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. 1(2), 14-20.
- Juwita, N., & Hermawan, H. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Di Pasar Induk Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 106-112. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1463>
- Lubis & Gunawan didik. (2023). *Management and business progress*. 2(1), 25-33.
- Mone Mau, Antonius Philipus Kurniawan, & Imelda Virgula Wisang. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 56-71. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i2.29>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partia. 10, 391-402.
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Kosmetik Wardah Di Batam Center. 1-10.
- Pohan, M. Y. A. (2022). The Influence of Product Quality on Positive Word-of-mouth Communication, Case Study at Kedai Wak Edoy Malang. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2 SE-Articles), 282-290. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems921>
- Pohan, M. Y. A. (2023). Wisata Petualangan: Menguji Faktor Pendorong Niat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata. *Jumsi*, 5(4), 1-14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Retno Yuniar, T., & Rohmatiah, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api. *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 206-215. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i2.125>
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). How Trust And Quality Of Information Affect Buying Interest and Purchasing Decisions? (study on Shopee customers in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (Ijebar)*, 4(01), 95-102. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.910>
- Sadiyah, H. (2021). Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(2), 115-125. <https://doi.org/10.38156/imka.v1i2.77>
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Go-Jek). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67-81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53-65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123-132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>