

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

- a. Profil Umum B'lian Resto Undaan
  - Nama : B'lian Resto
  - Tahun Berdiri : 2019
  - Jenis Usaha : Rumah Makan/Resto
  - Nama Pemilik : Nurul Qomar
  - Lokasi : Jln. Kudus-Perwodadi, Undaan Lor, Kudus
  - Hari Operasional : Senin-Minggu
  - Jam Operasional : 08.00 WIB - 20.00 WIB
  - Sosial Media : b'lian\_resto<sup>1</sup>
- b. Sejarah Singkat B'lian Resto

B'lian Resto merupakan rumah makan yang berada di desa Undaan Lor Gang 32 Rt 08 Rw 05 kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. B'lian resto didirikan dan dikelola oleh Bapak Nurul Qomar yang dulunya menjadi karyawan di Belimbing Resto Dempet Perwodadi sejak tahun 2016, dengan pengalaman di bidang kuliner serta kerja kerasnya beliau berkeinginan untuk mendirikan usahanya sendiri.

Setelah adanya modal serta pengalamannya di bidang Kuliner Bapak Nurul Qomar, pada 12 April tahun 2019 resmi mendirikan usahanya sendiri yang di beri nama B'lian Resto, dengan memanfaatkan lahan yang di sewakan oleh pemilik usaha sebelumnya yang terletak di samping jalan kudus-purwodadi, tempat yang memiliki potensi yang bagus ini di pilih menjadi tempat usahanya dengan adanya indomaret serta sekolahan memungkinkan orang yang melintas dengan mudah untuk melihatnya. Awal di dirikan usaha ini hanya memiliki 7 karyawan namun saat ini sudah ada 15

---

<sup>1</sup> Hasil Observasi Peneliti pada B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus, 13 Oktober 2023.

karyawan yang aktif bekerja dalam 2 sift dengan sistem kerja harian maupun bulanan.<sup>2</sup>

Pada saat itu, kawasan sekitar undaan masih sedikit usaha kuliner yang berdiri hal itu menjadi minat ataupun peluang untuk mendirikan usahanya sendiri, dengan memamerkan menu andalan Mix Seafood, serta menu khas Sup Keong serta menu ikan lainnya, yang kurang lebih sama dengan menu-menu di perkotaan, “Podo roso rego deso” ini selogan yang ada di B’lian Resto, walaupun beda dari pesaingnya, namun tidak mengubah cita rasa khas dari produk makanan atau minuman serta harga sesuai dengan harga masyarakat desa, dengan di olah serta di bumbu dengan rempah-rempah yang khas membuat ciri khasnya tersendiri. B’lian resto menyajikan makanan yang halal baik bahan ataupun bumbu yang di gunakan hal itu sesuai dengan syariah yang tidak boleh menjual makanan serta minuman yang haram baik bahan ataupun zatnya menurut syariah islam.

c. Daftar Menu Makanan dan Minuman B’lian Resto

B’lian resto menawarkan berbagai macam menu makanan serta minuman di antaranya menu utama ialah Mix seafood, aneka makanan berat, cemilan, minuman jus serta milkshake.

**Tabel 4.1**  
**Daftar Menu Seafood B’lian Resto**

No.	Daftar Menu	Daftar Harga (Rp)
1.	Mix Seafood (Paket1,2,3,4)	50.000 – 320.000
2.	Kerang Original	20.000
3.	Kerang Oseng	25.000
4.	Cumi Saus Padang	25.000
5.	Cumi Tepung	25.000
6.	Cumi Asam Manis	30.000
7.	Cumi Lombok Ijo	25.000
8.	Udang Tepung	25.000
9.	Udang Asam Manis	25.000

<sup>2</sup> Pemerintah Desa Undaan Lor, “Pojoek UMKM B’lian Resto”, Kudus, 13 September 2023, <https://undaanlor.desa.id/informasi?kategori=13&id=319>

10.	Udang Lombok Ijo	25.000
11.	Kepiting Asam Manis	65.000

**Tabel 4.2**  
**Daftar Menu B'lian Resto**

<b>No.</b>	<b>Daftar Menu</b>	<b>Daftar Harga (Rp)</b>
1.	Sup Keong Singkil	10.000
2.	Oseng Keong	13.000
3.	Nila Bakar Serapah 1kg	70.000
4.	Gurami Bakar Serapah 1kg	100.000
5.	Gurami Asam Manis 1kg	110.000
6.	Gurami Goreng 1kg	90.000
7.	Gurami Bakar Madu/Bakar Kecap 1kg	100.000
8.	Nila Goreng/Bakar 1kg	66.000
9.	Sup Nila Singkil	28.000
10.	Lele Bakar Madu	17.000
11.	Lele Goreng	16.000
12.	Ayam Bakar Madu/ Penyet	25.000
13.	Ayam Goreng	23.000
14.	Tahu/Tempe Penyet	10.000
15.	Nasi Bakul Kecil/Besar	10.000/15.000
16.	Cap cay ayam/seafood	20.000
17.	Tumis Kangkung	7.000
18.	Kangkung Bumbu Rujak	8.000
19.	Tumis Sawi Bakso	12.000
20.	Tumis Brokoli	20.000

**Tabel 4.3**  
**Daftar Minuman Di B'lian Resto**

<b>No.</b>	<b>Daftar Menu</b>	<b>Daftar Harga (Rp)</b>
1.	Milkshake	15.000
2.	Es Sup Buah	10.000
3.	Es Leci Nata Dcoco	10.000
4.	Es Ijo Royo-Royo	10.000
5.	Teh (Hot/Cold)	5.000
6.	Jeruk (Hot/Cold)	6.000
7.	Lemon Tea	8.000
8.	Sirup	5.000
9.	Jahe	7.000
10.	Kopi Susu	6.000
11.	Kopi Hitam	7.000
12.	Cappucino	8.000
13.	Wedang Teleng	10.000

**Tabel 4.4**  
**Daftar Jus Di B'lian Resto**

<b>No.</b>	<b>Daftar Menu</b>	<b>Daftar Harga (Rp)</b>
1.	Jus Melon	10.000
2.	Jus Jambu	10.000
3.	Jus Tomat	10.000
4.	Jus Nanas	10.000
5.	Jus Jeruk	10.000
6.	Jus Naga	10.000
7.	Jus Alpukat	10.000
8.	Jus Mangga	10.000

**Tabel 4.5**  
**Daftar Cemilan Di B'lian Resto**

No.	Daftar Menu	Daftar Harga (Rp)
1.	Kentang Goreng	10.000
2.	Pisang Crispy	10.000
3.	Jamur Crispy	10.000
4.	Mendoan	8.000
5.	Bakwan Jagung	8.000
6.	Bakwan Sayur	8.000
7.	Jasuke	10.000
8.	Mix Buah	10.000
9.	3 in 1	15.000

## 2. Gambaran Umum Responden

Responden yang diteliti oleh peneliti merupakan konsumen yang membeli di B'lian Resto. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang sesuai dengan beberapa kriteria yang diinginkan peneliti, berikut adalah hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden:

### a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli di B'lian Resto, baik laki-laki maupun perempuan. Pertama, analisis gender responden bertujuan untuk mengetahui berapa jumlah responden pria dan wanita dalam penelitian ini.

**Tabel 4.6**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
<b>Laki-laki</b>	26	27,1%
<b>Perempuan</b>	70	72,9%
<b>Total</b>	96	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan dengan total 70 orang atau 72,9%, sedangkan jumlah

responden berjenis kelamin laki-laki hanya 26 orang atau 27,1%.

**b. Karakteristik responden berdasarkan usia**

Kedua, analisis berdasarkan usia responden, yang bertujuan untuk mengetahui berapa usia responden pada saat mengisi kuesioner. Berikut data usia responden dalam penelitian ini.

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 25 Tahun	59	61,5%
26 – 33 Tahun	22	22,9%
> 33 Tahun	15	15,6%
Total	96	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui usia responden bahwa mayoritas responden adalah usia 18-25 Tahun yaitu sebanyak 59 orang atau 61,5%, sedangkan usia 26-33 Tahun yaitu sebanyak 22 orang atau 22,9%, kemudian untuk usia > 33 Tahun yaitu sebanyak 15 orang atau 15,6%.

**c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

Ketiga, analisis responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dimiliki, karena pekerjaan mempengaruhi keputusan yang akan diambil nantinya. Berikut data pekerjaan responden dalam penelitian ini.

**Tabel 4.8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	38	39,6%
Karyawan Swasta	25	26,1%
PNS	13	13,5%
Wiraswasta	19	19,8%
Lain-lain	1	1%
Total	96	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Hasil analisis responden berdasarkan pekerjaan yang mengacu pada data di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang ada dalam penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase paling banyak, yaitu 39,6%, disusul karyawan Swasta sebesar 26,1%, dilanjut dengan wiraswasta sebesar 19,8%, kemudian PNS sebesar 13,5% dan yang terakhir yakni pekerjaan lain dengan persentase sebesar 1%.

**d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Datang Responden**

Keempat, analisis responden berdasarkan frekuensi datang berapa kali melakukan pembelian pada B'lian Resto dalam kurun waktu satu bulan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut.

**Tabel 4.9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Datang Responden**

Berapa Kali Datang	Jumlah Responden	Persentase
1 Kali	38	39,6%
2-3 Kali	35	36,5%
> 3 Kali	23	23,9%
Total	96	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden berdasarkan kategori kedatangan yakni sebanyak 1 kali yang berjumlah 38 responden ataupun senilai 39,6%, yang sudah datang 2-3 kali yang berjumlah 35 responden ataupun senilai 36,5%, sementara yang datang > 3 kali berjumlah 23 ataupun senilai 23,9%.

**e. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan**

Kelima, analisis responden berdasarkan pendapatan yang diterima. Pendapatan yang diperoleh responden dalam satu bulan akan mempengaruhi keputusan pembelian pada B'lian Resto. Adapun data pendapatan responden dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut.

**Tabel 4.10**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan yang diterima	Jumlah Responden	Persentase
< Rp. 1.000.000	32	33,3%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	38	39,6%
Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	15	15,6%
> Rp. 5.000.000	11	11,5%
Total	96	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Pendapatan yang diperoleh responden berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan persentase 39,6%, selanjutnya pendapatan sebesar < Rp. 1.000.000 dengan persentase 33,3%, kemudian pendapatan sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 dengan persentase 15,6%, dan yang terakhir > Rp. 5.000.000 dengan persentase 11,5%.

### 3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Berikut hasil dari masing-masing jawaban responden terkait variabel harga, kualitas produk, lokasi terhadap keputusan pembelian pada B'lian Resto:

#### a. Variabel Harga ( $X_1$ )

Variabel harga terdiri dari 4 (empat) butir pertanyaan yang bersangkutan dengan harga. Adapun hasil jawaban responden terkait harga ialah, sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Jawaban Responden Terkait Variabel Harga**

Indikator	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
$X_{1.1}$	0	0%	1	1%	32	33,3%	38	39,8%	25	26%
$X_{1.2}$	0	0%	5	5,2%	21	21,9%	52	54,2%	18	18,8%
$X_{1.3}$	3	3,1%	9	9,4%	28	29,2%	34	35,4%	22	22,9%
$X_{1.4}$	0	0%	3	3,1%	33	34,4%	41	42,7%	19	19,8%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Jawaban responden terhadap instrumen – instrumen berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 3 responden, tidak setuju berjumlah 18 responden, netral berjumlah 114 responden, setuju berjumlah 165 responden, dan yang terakhir jawaban dengan kategori sangat setuju berjumlah 84 responden. Oleh karena itu, dapat disimpulkan jawaban dari butir pertanyaan pada variabel harga mayoritas memilih kategori setuju.

**b. Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

Variabel kualitas produk terdiri dari 8 (delapan) butir pertanyaan yang bersangkutan dengan kualitas produk. Adapun hasil jawaban responden terkait kualitas produk ialah, sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas Produk**

Indikator	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X <sub>2.1</sub>	0	0%	4	4,2%	29	30,2%	33	34,4%	30	31,3%
X <sub>2.2</sub>	1	1%	6	6,3%	21	21,9%	49	51%	19	19,8%
X <sub>2.3</sub>	1	1%	5	5,2%	26	27,1%	42	43,8%	22	22,9%
X <sub>2.4</sub>	1	1%	6	6,3%	25	26%	46	47,9%	18	18,8%
X <sub>2.5</sub>	1	1%	5	5,2%	25	26%	45	46,9%	20	20,8%
X <sub>2.6</sub>	1	1%	6	6,3%	37	38,5%	43	44,8%	9	9,4%
X <sub>2.7</sub>	0	0%	2	2,1%	35	36,5%	42	43,8%	17	17,7%
X <sub>2.8</sub>	0	0%	4	4,2%	29	30,2%	42	43,8%	21	21,9%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Jawaban responden terhadap instrumen – instrumen berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 5 responden, tidak setuju berjumlah 38 responden, netral berjumlah 227 responden, setuju berjumlah 342 responden, dan yang terakhir jawaban dengan kategori sangat setuju berjumlah 156 responden. Oleh karena itu, dapat disimpulkan jawaban dari butir pertanyaan pada variabel harga mayoritas memilih kategori setuju.

**c. Variabel Lokasi ( $X_3$ )**

Variabel lokasi terdiri dari 6 (enam) butir pertanyaan yang bersangkutan dengan lokasi. Adapun hasil jawaban responden terkait lokasi ialah, sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Jawaban Responden Terkait Variabel Lokasi**

Indikator	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X <sub>3.1</sub>	0	0%	3	3,1%	25	26%	37	38,5%	31	32,3%
X <sub>3.2</sub>	0	0%	5	5,2%	31	32,3%	33	34,4%	27	28,1%
X <sub>3.3</sub>	1	1%	6	6,3%	23	24%	47	49%	19	19,8%
X <sub>3.4</sub>	0	0%	2	2,1%	39	40,6%	36	37,5%	19	19,8%
X <sub>3.5</sub>	0	0%	8	8,3%	24	25%	51	53,1%	13	13,5%
X <sub>3.6</sub>	0	0%	1	1%	26	27,1%	44	45,8%	25	26%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Jawaban responden terhadap instrumen – instrumen berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 1 responden, tidak setuju berjumlah 25 responden, netral berjumlah 168 responden, setuju berjumlah 248 responden, dan yang terakhir jawaban dengan kategori sangat setuju berjumlah 134 responden. Oleh karena itu, dapat disimpulkan jawaban dari butir pertanyaan pada variabel harga mayoritas memilih kategori setuju.

**d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel keputusan pembelian terdiri dari 5 (lima) butir pertanyaan yang bersangkutan dengan keputusan pembelian. Adapun hasil jawaban responden terkait keputusan pembelian ialah, sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Jawaban Responden Terkait**  
**Variabel Keputusan Pembelian**

Indikator	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y.1	0	0%	4	4,2%	27	28,1%	45	46,9%	20	20,8%
Y.2	1	1%	3	3,1%	26	27,1%	53	55,3%	13	13,5%
Y.3	0	0%	4	4,2%	30	31,3%	45	46,9%	17	17,7%
Y.4	0	0%	2	2,1%	28	29,2%	50	52,1%	16	16,7%
Y.5	0	0%	3	3,1%	34	35,4%	39	40,6%	20	20,8%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Jawaban responden terhadap instrumen – instrumen berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 1 responden, tidak setuju berjumlah 16 responden, netral berjumlah 145 responden, setuju berjumlah 232 responden, dan yang terakhir jawaban dengan kategori sangat setuju berjumlah 86 responden. Oleh karena itu, dapat disimpulkan jawaban dari butir pertanyaan pada variabel harga mayoritas memilih kategori setuju.

#### 4. Analisis Data

##### a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan dari data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya. Adapun hasil statistik deskriptif yang sudah dilakukan peneliti menggunakan program SPSS, ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	96	10,00	20,00	15,2187	2,60850
Kualitas Produk	96	21,00	40,00	30,3125	4,17338
Lokasi	96	15,00	30,00	23,0937	3,31846
Keputusan Pembelian	96	12,00	25,00	19,0208	2,73757
Valid N (listwise)	96				

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

Pengujian deskriptif berdasarkan data di atas memperoleh hasil, sebagai berikut:

a. Variabel harga ( $X_1$ )

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai minimum sebesar 10. Sedangkan, nilai maksimal sebesar 20, dan rata – rata harga adalah 15,2187, serta standar deviasi data harga adalah 2, 60850.

b. Variabel kualitas produk ( $X_2$ )

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai minimum sebesar 21. Sedangkan, nilai maksimal sebesar 40, dan rata – rata kualitas produk adalah 30,3125, serta standar deviasi data kualitas produk adalah 4,17338.

c. Variabel lokasi ( $X_3$ )

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai minimum sebesar 15. Sedangkan, nilai maksimal sebesar 30, dan rata – rata lokasi adalah 23,0937, serta standar deviasi data lokasi adalah 3,31846.

d. Variabel keputusan pembelian ( $Y$ )

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai minimum sebesar 12. Sedangkan, nilai maksimal sebesar 25, dan rata – rata keputusan pembelian adalah 19,0208, serta standar deviasi data keputusan pembelian adalah 2,73757.

**b. Hasil Uji Validitas**

Validitas dalam penelitian menjelaskan seberapa tepatnya alat ukur yang digunakan dalam penelitian terhadap kandungan yang sebenarnya diukur. Sebuah kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan - pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel dengan taraf signifikansi 0,05.<sup>3</sup> Besarnya  $r$

---

<sup>3</sup> Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh, dan Henriette D. Titaley, "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembagunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah" *Jurnal Simetrik* Vol 11, no. 1 (2021): 432–39.

tabel dapat diketahui dengan rumus  $df = N - k$ , yang mana  $N$  (jumlah responden) dikurangi  $k$  (jumlah konstruk / variabel), jadi  $96 - 3 = 93$ . Jika jumlah responden 93, maka  $r$  tabelnya adalah 0,2017. Adapun hasil uji validitas yang telah dilakukan peneliti melalui program SPSS, yakni sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	Butir 1	0,521	0,2017	Valid
	Butir 2	0,658	0,2017	Valid
	Butir 3	0,580	0,2017	Valid
	Butir 4	0,497	0,2017	Valid
Kualitas produk ( $X_2$ )	Butir 1	0,421	0,2017	Valid
	Butir 2	0,509	0,2017	Valid
	Butir 3	0,485	0,2017	Valid
	Butir 4	0,445	0,2017	Valid
	Butir 5	0,539	0,2017	Valid
	Butir 6	0,526	0,2017	Valid
	Butir 7	0,423	0,2017	Valid
	Butir 8	0,424	0,2017	Valid
Lokasi ( $X_3$ )	Butir 1	0,425	0,2017	Valid
	Butir 2	0,592	0,2017	Valid
	Butir 3	0,462	0,2017	Valid
	Butir 4	0,467	0,2017	Valid
	Butir 5	0,456	0,2017	Valid
	Butir 6	0,542	0,2017	Valid
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	Butir 1	0,379	0,2017	Valid
	Butir 2	0,379	0,2017	Valid
	Butir 3	0,646	0,2017	Valid
	Butir 4	0,485	0,2017	Valid

Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023

Perhitungan validitas instrumen berdasarkan data di atas memperoleh hasil, sebagai berikut:

a) Variabel Harga

Variabel harga dengan jumlah 4 (empat) butir pertanyaan mendapatkan hasil valid semua tanpa

terkecuali, dikarenakan  $r$ -hitung  $>$  dibandingkan dengan  $r$ -tabel.

b) Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk dengan jumlah 8 (delapan) butir pertanyaan mendapatkan hasil valid semua tanpa terkecuali, dikarenakan  $r$ -hitung  $>$  dibandingkan dengan  $r$ -tabel.

c) Variabel Lokasi

Variabel lokasi dengan jumlah 6 (enam) butir pertanyaan mendapatkan hasil valid semua tanpa terkecuali, dikarenakan  $r$ -hitung  $>$  dibandingkan dengan  $r$ -tabel.

d) Variabel Keputusan pembelian

Variabel keputusan pembelian dengan jumlah 4 (empat) butir pertanyaan mendapatkan hasil valid semua tanpa terkecuali, dikarenakan  $r$ -hitung  $>$  dibandingkan dengan  $r$ -tabel.

**c. Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator dari variabel pada sebuah kuesioner. Kuesioner dinyatakan *reliabel* atau handal, apabila jawaban responden tetap konsisten dari waktu ke waktu terhadap pernyataan. Untuk mengukur reliabel suatu variabel dengan melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70.<sup>4</sup>

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	0,791	0,70	Reliabel
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,805	0,70	Reliabel
Lokasi ( $X_3$ )	0,701	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	0,721	0,70	Reliabel

<sup>4</sup> Nurcahyo and Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion."

Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023

Perhitungan reliabilitas berdasarkan data di atas memperoleh hasil, sebagai berikut:

- a) Variabel harga dengan nilai Cronbach's Alpha (0,791) > 0,70, oleh karena itu, variabel harga dinyatakan reliabel.
- b) Variabel kualitas produk dengan nilai Cronbach's Alpha (0,805) > 0,70, oleh karena itu, variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.
- c) Variabel lokasi dengan nilai Cronbach's Alpha (0,701) > 0,70, oleh karena itu, variabel lokasi dinyatakan reliabel.
- d) Variabel keputusan pembelian dengan nilai Cronbach's Alpha (0,721) > 0,70, oleh karena itu, variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

#### **d. Hasil Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji normalitas**

Uji normalitas merupakan sebuah cara yang dilakukan guna mengetahui apakah data yang ada berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau tidak.<sup>5</sup> Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov – Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05 yang berarti sebuah data akan dianggap normal jika nilai residualnya > 0,05. Sedangkan, sebuah data dengan nilai residualnya < 0,05 maka akan dianggap tidak normal. Adapun hasil pengujian normalitas yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda ( Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [ *Canarium Indicum L .*]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis ( A Case Study Of " 14, no. 3 (2020): 333–42.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84053066
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,049
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

Pengujian normalitas berdasarkan data di atas memperoleh hasil yaitu, nilai signifikansinya sebesar 0,200 yang mana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang digunakan sebesar 0,05, sehingga data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

## 2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat terdapat korelasi yang tinggi atau tidak antara variabel- variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Sebuah model regresi dapat dikatakan bebas multikolinearitas apabila memiliki VIF dengan nilai tidak lebih dari 10 dan memiliki angka *tolerance* tidak kurang dari 0,10.<sup>6</sup> Adapun hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI", *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021).

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	0,321	3,111	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,354	2,822	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Lokasi ( $X_3$ )	0,534	1,873	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023

Pengujian multikolinieritas berdasarkan data di atas mendapatkan hasil berupa nilai tolerance variabel harga ( $X_1$ ) yaitu 0,321, nilai tolerance variabel kualitas produk ( $X_2$ ) yaitu 0,354, sedangkan nilai tolerance variabel lokasi ( $X_3$ ) yaitu 0,534 yang mana hasil tersebut  $> 0,10$ . Sedangkan, nilai VIF dari variabel harga ( $X_1$ ) yaitu 3,111, nilai VIF dari variabel kualitas produk ( $X_2$ ) yaitu 2,822, sedangkan nilai VIF dari variabel lokasi ( $X_3$ ) yaitu 1,873  $< 10$ . Oleh karena itu, data yang terdapat dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

### 3) Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>7</sup> Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode uji glesjer. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

<sup>7</sup>Djuli Sjafei Purba et all, "Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungan Di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Kaya Abdi 5 (2021): 202–8.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,156	,959		1,206	,231
Harga	-,122	,081	-,275	-1,516	,133
Kualitas produk	,061	,048	,220	1,277	,205
Lokasi	,012	,049	,034	,240	,811

a. Dependent Variable: Abs\_Res

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

Pengujian heteroskedastisitas berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwasanya nilai signifikansi harga sebesar 0,133 dan kualitas produk sebesar 0,205 dan lokasi sebesar 0,811 yang mana nilai signifikansi dari data tersebut lebih dari 0,05. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### e. Hasil Uji Hipotesis

##### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengujian yang berguna membuktikan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Adapun hasil pengujian regresi linier berganda yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,601	,682		6,749	,000
	Harga	,195	,057	,241	3,423	,001
	Kualitas Produk	,335	,034	,659	9,825	,000
	Lokasi	,057	,035	,089	1,632	,106

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

Perhitungan uji regresi linier berganda yang mana

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\
 &= 4,601 + 0,195 \text{ Harga} + 0,335 \text{ Kualitas Produk} \\
 &+ 0,057 \text{ Lokasi, berdasarkan data di atas} \\
 &\text{memperoleh hasil, sebagai berikut:}
 \end{aligned}$$

- a) Nilai a sebesar 4,601 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) bernilai 4,601.
- b) Nilai harga ( $X_1$ ) sebesar 0,195 menunjukkan bahwa dapat diartikan setiap kenaikan satuan variabel harga, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,195, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c) Nilai kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,335 menunjukkan bahwa dapat diartikan setiap kenaikan satuan variabel kualitas produk, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,335, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

d) Nilai lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,057 menunjukkan bahwa dapat diartikan setiap kenaikan satuan variabel lokasi, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,057, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* atau variabel terikat.<sup>8</sup> Adapun hasil pengujian koefisien determinasi yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 <sup>a</sup>	,548	,533	1,87030

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

Pengujian koefisien determinasi berdasarkan tabel di atas, memperoleh hasil berupa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,533 atau 53,3%, dapat diartikan bahwa variabel harga, kualitas produk, lokasi ( $X$ ) mempengaruhi variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 53,3 %. Sisanya 46,7 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---

<sup>8</sup> Christalisana, "The Influence of Experience and Human Resources Character for Construction Management Consultant through the Working Quality in Project at Pandeglang District."

**3) Uji signifikansi simultan (Uji F)**

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh atau tidak. Apabila nilai sign. < 0,05 atau nilai F hitung > F tabel, maka terdapat pengaruh variabel harga, kualitas produk dan lokasi (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).<sup>9</sup> Adapun hasil pengujian F yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	390,141	3	130,047	37,177	,000 <sup>b</sup>
Residual	321,818	92	3,498		
Total	711,958	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk, Harga

*Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023*

F<sub>tabel</sub> diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= F(k ; n-k-1) \\
 &= F(3 ; 96-4) \\
 &= F(3 ; 92) \\
 &= 2,074
 \end{aligned}$$

Pengujian F berdasarkan data di atas memperoleh hasil berupa Diketahui nilai sign 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 37,177 > 2,704, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan dan signifikan berpengaruh antara variabel harga (X<sub>1</sub>) kualitas produk (X<sub>2</sub>) dan lokasi (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

<sup>9</sup> Christalisana.

#### 4) Uji signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri atau terpisah terhadap variabel terikat. Apabila nilai sign < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.<sup>10</sup>

Adapun hasil pengujian t yang dilakukan peneliti melalui program SPSS, ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji signifikansi Parameter Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,601	,682		6,749	,000
Harga	,195	,057	,241	3,423	,001
Kualitas Produk	,335	,034	,659	9,825	,000
Lokasi	,057	,035	,089	1,632	,106

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 22, data diolah, 2023

$t_{\text{tabel}}$  diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1),$$

( $\alpha = 0,05$ ,  $n =$  jumlah responden,

$K =$  jumlah variabel independen/x)

$$= t(0,025; 96-3-1)$$

$$= t(0,025; 92)$$

$$= t(1,986)$$

Pengujian t berdasarkan data di atas memperoleh hasil, sebagai berikut:

a) Pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)

<sup>10</sup> Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI."

Diketahui nilai sign  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $3,423 > 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

- b) Pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)

Diketahui nilai sign  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $9,825 > 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

- c) Pengaruh lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)

Diketahui nilai sign  $0,106 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $1,632 < 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

## B. Pembahasan

Pengujian yang dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada B'lian Resto dalam perspektif islam ditentukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden, kemudian dianalisis. Adapun pembahasan mengenai hasil dari data yang sudah dianalisis, ialah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada B'lian Resto dalam Perspektif Islam

Diketahui nilai sign  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $3,423 > 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

Hasil penelitian ini didukung dengan *theory of reasoned action* dan *Theory of Planned Behavior* karena

harga adalah elemen bauran pemasaran yang fleksibel dan dapat berubah dengan cepat. Masalah harga sangat penting dalam menetapkan harga yang tepat, tidak terlalu tinggi atau tidak terlalu rendah dan memastikan keuntungan bagi perusahaan.<sup>11</sup> Harga dalam perspektif islam yaitu apabila ada pelaku usaha yang beroperasi dengan harga yang terlalu tinggi dan merugikan masyarakat (konsumen), maka para pedagang dan pelaku usaha tersebut harus bersikap jujur dan batil dalam harta benda yang dimilikinya dalam berdagang dan berniaga.<sup>12</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya persaingan yang ada di sekitar B'lian Resto membuat standart penetapan harga produk di B'lian resto harus sesuai dengan permintaan serta penawaran barang di pasar, sesuai dengan standart persaingan harga di wilayah Undaan tersebut dengan tujuan untuk memenuhi harapan konsumen serta meningkatkan daya beli di B'lian Resto. Hasil menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya harga yang berkaitan dengan harga terjangkau, sesuai dengan kualitas, manfaat/kegunaan, dan harga yang dapat bersaing maka keputusan pembelian akan meningkat.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Riska Anisya, Ratna wijayanti dan Bahtiar Efendi pada tahun 2020 yang menyimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam hasil penelitiannya dijelaskan harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli.<sup>13</sup> Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima.**

---

<sup>11</sup> Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*.

<sup>12</sup> Dkk, *Ekonomi Mikro Islam*.

<sup>13</sup> Anisya, Wijayanti, and Efendi, "Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo)."

## 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada B'lian Resto dalam Perspektif Islam

Diketahui nilai sign  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,825 > 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

Hasil penelitian ini didukung dengan *theory of reasoned action* dan *Theory of Planned Behavior* karena konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian. Produk yang berkualitas tentu banyak dicari oleh konsumen, karena konsumen mengharapkan kepuasan dari kualitas produk tersebut, apalagi konsumen sekarang ini tidak segan mengeluarkan biaya yang tinggi untuk membeli produk yang berkualitas agar dapat memenuhi keinginannya.<sup>14</sup> Kualitas produk dalam prespektif islam yaitu memproduksi barang harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan barokah.<sup>15</sup> Dalam ekonomi konvensional, produsen secara eksklusif mencoba untuk fokus pada kualitas produk mereka untuk mencapai tujuan material. Mungkin tujuan tersebut adalah untuk mewujudkan produk yang dapat dicapai dengan biaya serendah mungkin atau untuk bersaing dan bertahan hidup melawan produk serupa yang diproduksi oleh perusahaan lain, sering kali terjadi bahwa jika beberapa motivasi ini tidak ada, kualitas produk tidak tinggi. Kurangnya rasa takut akan persaingan sering kali mengarah pada kecurangan, karena produk tertentu ditimbun, untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin, produk yang buruk dibuat agar terlihat bagus pada pandangan pertama.<sup>16</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh B'lian Resto menggunakan bahan serta menjual barang yang halal dan tidak menjual barang yang haram sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen, karena

---

<sup>14</sup> Matondang, *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*.

<sup>15</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 2005.

<sup>16</sup> Al-Haritsi, "Fiqih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab."

konsumen mengharapkan kepuasan dari kualitas produk yang disajikan atau diberikan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan dari fitur produk, kinerja, daya tahan produk, kemampuan melayani, keandalan, konformasi estetika dan persepsi terhadap kualitas, maka B'lian Resto akan mengalami peningkatan dan konsumen dengan senang hati berminat untuk melakukan pembelian kembali.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Riska Anisya, Ratna wijayanti dan Bahtiar Efendi pada tahun 2020 yang menyimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dalam hasil penelitiannya dijelaskan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.<sup>17</sup> Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**.

### **3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada B'lian Resto dalam Perspektif Islam**

Diketahui nilai sign  $0,106 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,632 < 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen B'lian Resto.

Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis yang dikemukakan dimana sebelumnya lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada B'lian Resto lahan parkir yang kurang luas tidak menjadi masalah bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian di B'lian Resto karena lokasinya berada di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan lingkup perumahan masyarakat Desa Undaan Lor. Lokasi dalam perspektif islam yaitu pemilihan lokasi di suatu wilayah tidak pernah lepas

---

<sup>17</sup> Anisya, Wijayanti, and Efendi, "Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo)."

tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, perilaku yang bertanggung jawab oleh pelaku usaha harus diterapkan agar tidak membawa bencana serta kerugian pada lingkungan serta pihak lain. Dengan menjunjung tinggi moral, pelaku usaha senantiasa mengerti keharusan menghormati orang lain dan alam sekitar. Hal itu termasuk salah satu ajaran islam, yakni melarang menjalankan kerusakan lingkungan.<sup>18</sup>

Hasil penelitian ini didukung dengan *theory of reasoned action* dan *Theory of Planned Behavior* karena lokasi memiliki dampak besar pada pertumbuhan masa depan. Pilih lokasi yang akan meningkatkan ekonomi dan mempertahankan bisnis masa depan. Pilih lokasi strategis yang akan menarik perhatian konsumen.<sup>19</sup> Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Ekasari dan Triliana Aprilia Putri pada tahun 2021 yang menyimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam hasil penelitiannya dijelaskan bahwa letak lokasi yang dekat dengan pusat keramaian dan tidak susah dijangkau oleh konsumen merupakan lokasi yang cocok dan tepat untuk suatu usaha namun lokasi yang baik belum tentu meningkatkan keputusan pembelian.<sup>20</sup> Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **H3 ditolak**.

---

<sup>18</sup> Sundari, *Pengaruh Lokasi Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.

<sup>19</sup> Efrianto dan Suwitho, "Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel The Alana Surabaya," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5, no. 9 (2016): 7.

<sup>20</sup> Ekasari and Putri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen."