ARTIKEL

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET OMI HUSADA MANDIRI JALAN BRANTAS WARUNGOTOK NGANJUK DITINJAU DARI POTONGAN HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI

Oleh:

SRI WULANDARI

14.1.02.02.0170

Dibimbing oleh :

1. **Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.**
2. **Rony Kurniawan, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:Sri Wulandari
NPM	:14.1.02.02.0170
Telepun/HP	:085814713137
Alamat Surel (Email)	: wulanbs13@gmail.com
Judul Artikel	:Keputusan Pembelian pada Minimarket OMI Husada Mandiri Jalan Brantas Warungotok Nganjuk Ditinjau dari Potongan Harga, Keberagaman Produk dan Lokasi
Fakultas – Program Studi	:Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:Jalan Kh. ahmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 9 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. NIDN. 0723105703	Rony Kurniawan, M.M. NIDN. 0730076804	Sri Wulandari NPM. 14.1.02.02.0170

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET OMI HUSADA MANDIRI JALAN BRANTAS WARUNGOTOK NGANJUK DITINJAU DARI POTONGAN HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI

Sri Wulandari
14.1.02.02.0170
Ekonomi - Manajemen
wulanbs13@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. dan Rony Kurniawan, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

SRI WULANDARI: Keputusan Pembelian pada Minimarket Omi Husada Mandiri Jalan Brantas Warungotok Nganjuk Ditinjau dari Potongan Harga, Kebergaman Produk, dan Lokasi.

Penelitian ini dilatarbelakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa beberapa faktor seperti potongan harga, keberagaman produk, dan juga lokasi masih menjadi faktor penting bagi konsumen di Minimarket Omi Husada Mandiri. Akibatnya Minimarket Omi Husada Mandiri harus membuat beberapa strategi untuk mempertahankan pelanggannya. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah potongan harga, keberagaman produk dan lokasi mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan terhadap tingkat keputusan pembelian pada Minimarket Omi Husada Mandiri.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jenis penelitian yang bersifat kausal. teknik *non probability sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pendekatan *insidental sampling* yang melibatkan 40 orang sebagai responden. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. instrumen pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa potongan harga, keberagaman produk dan lokasi mempunyai pengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Omi Husada Mandiri. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Fadmawati (2014), Emor dan Soegoto (2015), Fikri (2018), dan Tolisindo (2017) yang menyatakan bahwa Potongan harga, keberagaman produk dan lokasi secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian.

KATA KUNCI : *Potongan Harga, Kebergaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian*

I. LATAR BELAKANG

Usaha ritel masih sangat menjanjikan mengingat pertumbuhan penduduk disertai pertumbuhan perkapita masyarakat terus meningkat. Masyarakat selalu memiliki kebutuhan dalam berbelanja untuk memperoleh kepuasan sehingga peluang ini banyak ditangkap oleh pengusaha yang kemudian mendirikan minimarket – minimarket. Omi Husada Mandiri merupakan salah satu ritel modern yang menyediakan kebutuhan sehari-hari yang umumnya diperlukan oleh masyarakat di wilayah warungotok.

Peneliti memilih obyek penelitian di Minimarket Omi Husada Mandiri dikarenakan dengan area penjualan yang terbatas. Minimarket ini mampu menjadi tujuan tempat belanja masyarakat sekitar karena di sekitar jalan brantas warungotok masih belum terlalu banyak Minimarket. Selain itu potongan harga, keberagaman produk, dan juga lokasi menjadi faktor penting bagi konsumen di daerah warungotok dalam menentukan keputusan pembelian mengingat warga warungotok yang memiliki *mindset* membeli kebutuhan dengan harga murah terutama pembelian terhadap barang yang sedang diadakan potongan harga dengan produk yang beragam namun memiliki lokasi yang memiliki jarak dilingkup pemukiman penduduk sekitar.

Menurut Fahmi (2016:57) keputusan konsumen itu sendiri merupakan tindakan dari konsumen menentukan sebuah keputusan untuk memilih sebuah produk sesuai dengan kebutuhan harian konsumen itu sendiri. Strategi pemberian potongan harga diharapkan mampu memberikan dorongan tersendiri bagi konsumen ketika dalam penentuan keputusan untuk melakukan pembelian secara berkala. Alma (2013:176) mengungkapkan bahwa ada ada banyak faktor yang mempengaruhi produsen menerapkan strategi potongan harga untuk konsumennya, yaitu: (1) konsumen yang melakukan pembayaran secara tepat waktu, (2) pembelian produk dalam jumlah yang besar, (3) adanya perbedaan timbangan, (4) merupakan suatu progam yang sedang berlaku dari pihak produsen. Dari pemaparan tersebut, potongan harga yang diberikan merupakan suatu program dari Minimarket Omi Husada

Mandiri sendiri. Beberapa penelitian tentang pengaruh variabel potongan harga terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen antara lain Emor dan Soegoto (2015), Tolisindo (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan maupun secara parsial strategi potongan harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen.

Selain strategi potongan harga, (Utami, 2017: 263) mengatakan bahwa faktor keberagaman produk juga menjadi peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Keanekaragaman barang yang disediakan akan mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja. Selain itu faktor dalam menentukan lokasi yang tepat dan sesuai standar lokasi ritel juga menjadi hal penting dalam penentuan keputusan pembelian konsumen.

Beberapa penelitian tentang pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan konsumen anatara lain Arsyandani (2015), Fadmawati (2014), Wakidah (2015). Hasil penelitian menunjukan bahwa keberagaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk menentukan pilihan produk yang akan dibeli.

Selain faktor potongan harga dan keberagaman produk, faktor lokasi juga mempunyai peranan yang penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dalam bisnis ritel. Menurut Utami (2010:93), lokasi menjadi faktor penting dalam menentukan toko mana yang akan dikunjungi oleh konsumen. Beberapa penelitian tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen antara lain Fadmawati (2014), sasongko (2013), Armin Wakidah (2015), Fikri (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis memerlukan kajian mendalam untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul " **Keputusan Pembelian pada Minimarket Omi Husada Mandiri Jalan Brantas Warungotok Nganjuk Ditinjau dari Potongan Harga, Keberagaman Produk dan Lokasi".**

II. METODE

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian ini mempunyai sifat kausal. Penelitian ini dilaksanakan dan bertempat di Minimarket Omi Husada Mandiri yang terletak di Jalan Brantas Warungotok Nganjuk. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sekitar Jalan Brantas Warungotok yang sifatnya tidak terbatas dan tidak diketahui jumlahnya. Peneliti menjadikan 40 orang konsumen dari minimarket Omi Husada Mandiri sebagai responden penelitian. Teknik *Nonprobability Sampling* dipilih peneliti sebagai teknik pengambilan sampel dengan jenis pendekatan *Sampling Insdental*.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisioner yang terdiri dari beberapa butir pertanyaan yang kemudian akan diberi tanggapan oleh subyek penelitian. Skala pengukuran yang peneliti gunakan untuk masing-masing indikator pada variabel penelitian ini disusun menggunakan metode pengukuran Skala Likert. yang mempunyai tingkatan poin jawaban masing-masing dengan skor 1-5. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

a. Uji Validitas

Sugiyono (2016:267) mengungkapkan bahwa validitas merupakan derajat kesesuaian antara data realita pada objek yang sedang diteliti dengan data yang akan dilaporkan oleh peneliti. Taraf signifikansi 5% menjadi dasar tingkat signifikan uji validitas pada 10 responden sehingga didapatkan nilai R_{tabel} sebesar 0,632. Penghitungan skor pada masing-masing butir pernyataan dalam penelitian ini dihitung menggunakan aplikasi *IBM SPSS for Windows ver 23*. Validitas diukur dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka dapat dipastikan butir pernyataan dalam kuisioner penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

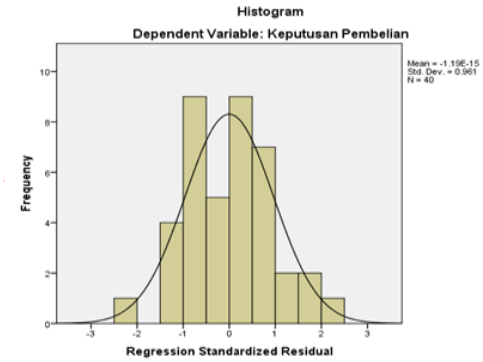
Sugiyono (2016:268) mengungkapkan reliabilitas berhubungan dengan nilai konsistensi dan stabilitas dalam sebuah data temuan. Pengukuran reliabilitas yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Yang menjadi tolak ukur suatu variabel dikatakan reliable adalah apabila nilai *Cronbach Alpha (a)* > 0,60 dan apabila nilai *Cronbach Alpha (a)* < 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

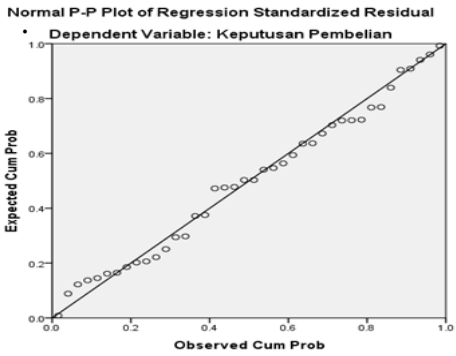
A. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Ghozali (2013:159) mengungkapkan bahwa uji normalitas dilakukan sebagai tujuan untuk menguji apakah terdapat distribusi normal atau tidak dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual. Apabila grafik histogram menunjukkan gambar pola distribusi yang normal, maka dapat dikatakan model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik histogram berikut ini:



Grafik histogram di atas menunjukkan sebaran data mengikuti pola kurva normal. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi yang normal. Dari grafik histogram diatas menunjukkan hasil uji normalitas dengan grafik *Normal Probability Plot* sebagai berikut:



Berdasarkan grafik *Normal Probability Plot* di atas menunjukkan titik-titik data

menyebar berada disekitar atau mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas memiliki nilai residual dengan distribusi yang normal.

2. Uji Multikolonieritas

Ghozali (2013:105) mengungkapkan bahwa uji multikolonieritas dilakukan degan tujuan untuk mengetahui atau menguji apakah pada model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Varience inflation Factor* (VIF) yaitu nilai *tolerance* ≥ 10 atau sama dengan VIF ≤ 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas pada penelitian ini dapat diamati dalam tabel berikut:

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model	Collinierity Statistic	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
Potongan Harga	.991	1.009
Keberagaman Produk	.868	1.152
Lokasi	.861	1.161

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Output IBM SPSS versi 23, 2018

Berdasarkan table hasil uji multikolonieritas diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data bebas dari multikolonieritas.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2013:110) uji autokorelasi merupakan suatu analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam mode prediksi dengan perubahan waktu.

Berikut ini disajikan hasil uji autokorelasi data penelitian:

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	DW
1	.923	.853	.840	2.70717	1.912

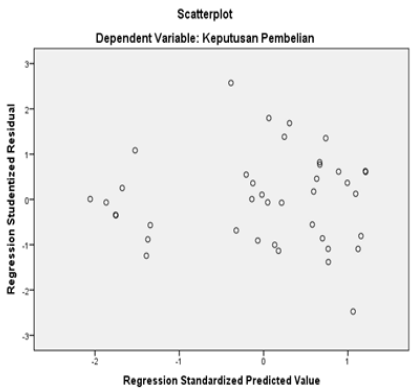
a. Predictors: (Constant). Lokasi, Potongan Harga, Keberagaman Produk
b. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian
Sumber: Output IBM SPSS versi 23, 2018

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel diatas terlihat bahwa terdapat nilai DW sebesar 1.912, untuk selanjutnya nilai DW ini akan

peneliti bandingkan dengan nilai tabel menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 40 (n) dengan konstanta (k = 3), maka di tabel Durbin Watson didapatkan nilai du = 1,659 sehingga 4-du = 4 – 1,659 = 2,341 Oleh karena nilai DW 1,912 lebih besar dari batas atas (du) 1,659 dan kurang dari 2,341 (4-du), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada pengjian ini asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013:139) mengungkapkan tujuan heterokedastisitas adalah untuk melihat pada suatu model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain. Berikut adalah gambar hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot :



Berdasarkan gambar hasil uji heterokesdastisitas tersebut dapat diketahui bahwa gambar di atas menunjukkan titik-titik penyebaran terjadi secara acak tidak membentuk pola serta berada di atas nol dan di bawah nol, sehingga asumsi heterokesdastisitas telah terpenuhi.

B. Analisis Regresi Linier berganda

Menurut Ghozali (2013:81), analisis regresi linier berganda merupakan suatu hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel bebas pada variabel terkait. Metode yang digunakan untuk pengujian sebuah hipotesis adalah regresi linier berganda. Metode regresi linier berganda menghubungkan satu variabel dependen (keputusan pembelian) dengan beberapa variabel independen (potongan harga, keberagaman produk dan lokasi) dalam suatu model prediktif tunggal.

Dengan menggunakan software *IBM SPSS for Windows ver 23*, diperoleh hasil

analisis dari uji regresi linier berganda sebagai berikut:

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error
1.	(Constant)	5.252	1.502
	Potongan Harga	.325	.129
	Keberagaman Produk	.627	.051
	Lokasi	.281	.132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 23, 2018

Dari hasil output regresi tersebut didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$
$$= 5.252 + 0{,}325X_1 + 0{,}672X_2 + 0{,}281X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Pada konstanta 5.252 diasumsikan apabila potongan harga, keberagaman produk, dan lokasi tidak berpengaruh sama sekali maka akan didapat keputusan pembelian sebesar 5.252.
b. Pada masing-masing koefisien variabel antara potongan harga, keberagaman produk dan lokasi mengalami peningkatan secara positif naik 1 (satuan) yang meningkatkan keputusan pembelian dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan.

C. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen. *Adjusted* R^2 biasa digunakan sebagai koefisien determinasi pada suatu regresi dengan dua atau lebih variabel. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat diamati pada tabel berikut :

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.923[a]	.853	.840

a. Predictors: (Constan), Lokasi, Potongan Harga, Keberagaman Produk

Sumber: Output IBM SPSS versi 23, 2018

Pada table diatas dapat dilihat bahwa diperoleh nilai *Adjusted R Square* senilai 0.840. Artinya bahwa variabel independen yaitu potongan harga, keberagaman produk dan lokasi mampu menjelaskan variasi variabel keputusan

pembelian sebesar 0,840 atau 84,9%. Berarti masih ada variabel lain sebesar 16,0% dapat menjelaskan variasi keputusan pembelian tetapi tidak dikaji secara spesifik dalam penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98), uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai sig dibawah 0.05, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil Uji t dapat diamati dalam tabel berikut:

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model	t	Sig.
1. (Constant)	1.167	.251
Potongan Harga	2.520	.061
Keberagaman Produk	12.241	.000
Lokasi	2.126	.040

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian.

Sumber: Output IBM SPSS versi 23, 2018

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis memiliki nilai t_{hitung} > dari t_{tabel} maka Ho ditolak. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada masing-masing variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013:98), uji f digunakan agar dapat menunjukkan apakah seluruh variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. uji F dapat dilihat dari tabel ANOVA yang diolah menggunakan *IBM SPSS for Windows ver 23.*Berikut adalah table hasil uji F:

Hasil Uji Parsial (Uji F)

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	D	Mean Square	F	Sig.
1. Regresion	1527.264	3	509.088	69.464	.000[b]
Residual	263.836	36	7.329		
Total	1791.100	39			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

b. Predictors (Constant), Lokasi, Potongan Harga, Kebergaman produk

Sumber: Output IBM SPSS versi 23, 2018

Dari table ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 69.464 > F_{tabel} (3,36) = 2.866

dannilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 maka Ho ditolak jadi, kesimpulannya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel potongan harga, keberagaman produk dan loksi terhadap keputusan pembelian.

E. Pembahasan

1. **Pengaruh potongan harga secara parsial terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen pada Minimarket OMI Husada Mandiri.**

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi potongan harga sebesar 2,520 dan tingkat signifikansi 0,016 < 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dikaji oleh Tolisindo (2017), Emor dan Soegoto (2015) yang menyatakan bahwa secara parsial potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. **Pengaruh keberagaman produk secara parsial terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen pada Minimarket OMI Husada Mandiri.**

   Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi keberagaman produk sebesar 12,241 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dikaji oleh Fadmawati (2014) dan Sasongko (2013) yang menyatakan bahwa keberagaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen.

3. **Pengaruh lokasi secara parsial terhadap tigkat**

keputusan pembelian konsumen pada Minimarket OMI Husada Mandiri.

Hasil penelitian menyatakan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi lokasi sebesar 2,126 dan signifikansi 0,040 < 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadmawati (2014), Fikri (2018), Sasongko (2013) yang menyatakan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen.

4. **Pengaruh potongan harga, keberagaman produk dan lokasi secara simultan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen pada Minimarket OMI Husada Mandiri.**

Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh secara simultan antara potongan harga, keberagaman produk dan lokasi terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Omi Husada Mandiri. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 69,464 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0.05. Koefisien determinasi (*adjusted R Square*) diperoleh sebesar 0,840 menunjukkan bahwa terjadinya tingkat keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Omi Husada Mandiri sebesar 84,0% dipengaruhi oleh Potongan Harga, Keberagaman produk dan Lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 16,0% dipengaruhi oleh adanya faktor lain diluar variabel penelitian yang digunakan seperti Loyalitas Konsumen dan Kualitas Pelayanan.

IV. PENUTUP

A. Simpulan

a. Potongan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian.

b. Keberagaman produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian.

c. Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian.

d. Potongan harga, keberagaman produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian pada Minimarket OMI Husada Mandiri.

B. Saran

1. Disarankan kepada Minimarket OMI Husada Mandiri hendaknya terus meningkatkan manajemen pemasarannya khususya terhadap tingkat pemberian potongan harga secara berkala agar dapat menjadi pendorong terhadap pembelian konsumen dalam jangka panjang serta pengadaan produk yang lebih bervarian sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Adanya perbaikan fasilitas kenyamanan berbelanja seperti keamanan tingkat parkir konsumen juga tidak boleh luput dari perhatian produsen agar mampu memberikan citra yang baik bagi konsumen.
2. Disarankan bagi peneliti berikutnya khususnya dibidang kajian yang sama. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya perlu dilakukan kajian penelitian lebih dalam terhadap faktor-faktor selain potongan harga, kebegaraman produk dan lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Disarankan bagi konsumen agar penelitian ini mampu menjadi referensi dan informasi yang kemudian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam setiap melakukan pembelian suatu produk barang khususnya

yang berkaitan dengan pemberian potongan harga, keberagaman produk, dan lokasi yang mana ketiga faktor terebut masih menjadi sebagian besar pertimbangan para konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

F. Daftar Pustaka

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Arsyadani, Atiq. 2015. *Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang*, Skripsi Program Sarjana S1 fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Emor, Rizky Y.S dan Agus S.S 2015. *Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu,* Skripsi Program Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.

Fadmawati, P.M. 2014. *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman produk terhadap Keputusan pembelian pada Minimarket Andina,* Skripsi program Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Fahmi, I. 2016, *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

Fikri, Muhammad Zainul. 2018. *Pengaruh Brand Image, Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket " Kedai Yatim"* , Skripsi Program Sarjana S1 fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Sasongko,Singgih Priatmaji. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas*

Pelayanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri, Skripsi Program Sarjana S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tolisindo, Josep. 2017. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pemblian di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara*, Skripsi Program Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Bandarlampung.

Utami, Christina Whidya, 2010, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta : Slemba Empat.

Utami, Christina Whidya, 2017, *Manajemen Ritel: strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 3 Jakarta: Salemba Empat.

Wakidah, Armin. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret*, Skripsi Program Sarjana s1 Fakultas Ekonomi program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri.