

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAGING SAPI  
DAN TURUNANNYA**

**(Kasus di Pasar Ciwastra, Kelurahan Mekarjaya,  
Kecamatan Rancasari, Kota Bandung)**

***FACTOR ANALYSIS OF LOCATION, PRODUCT COMPLETENESS, AND PRICE  
ON THE PURCHASE DECISION OF BEEF PRODUCTS AND DERIVATIVES***

***(Case In Ciwastra Traditional Market, Mekarjaya Village,  
Rancasari District, Bandung City)***

**Agung Muhammad Firdaus\*<sup>1</sup>, Achmad Firman<sup>2</sup>, Anita Fitriani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Alumni Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran  
Jl. Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor 45363

<sup>2</sup>Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran  
Jl. Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor 45363

\*E-mail: agung17004@mail.unpad.ac.id

(Diterima 22-12-2021; Disetujui 22-01-2022)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga, baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk daging sapi dan turunannya. Metode penelitian adalah survei terhadap 42 responden dengan alat bantu berupa kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi dan harga secara parsial, sedangkan kelengkapan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra; dan seluruh faktor berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra dengan ketepatan model sebesar 56%.

Kata kunci: Pasar Ciwastra, Daging Sapi, Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

*The purpose of the study was to determine the effect of location, product completeness, and price, either partially or simultaneously on purchasing decisions for beef products and their derivatives. The research method was a survey of 42 respondents using a questionnaire as a tool. The data obtained were analyzed using ordinal regression analysis. The results showed that there was a partial effect of location and price, while the completeness of the product did not partially influence the decision to purchase beef and its derivatives at Ciwastra Traditional Market; and all factors simultaneously influence the decision to purchase beef and its derivatives at Ciwastra Traditional Market with a model accuracy of 56%.*

*Keywords: Ciwastra Traditional Market, Beef Products, Purchase Decision*

**PENDAHULUAN**

Manusia sebagai makhluk hidup tentu tidak dapat lepas dari salah satu kebutuhan pokoknya, yaitu pangan. Pangan sangat dibutuhkan manusia untuk

memenuhi kebutuhan asupan gizi dan nutrisi tubuh. Salah satu bahan pangan yang dikonsumsi oleh manusia yaitu bahan pangan hewani. Bahan pangan hewani khususnya hasil produk

peternakan sangat umum dan populer di masyarakat. Salah satu komoditi produk peternakan yang sering hadir di kehidupan masyarakat sehari-hari adalah daging sapi. Protein dalam daging sapi mengandung asam amino esensial yang sangat sesuai dengan kebutuhan tubuh manusia. Tingkat konsumsi daging sapi di Indonesia tinggi dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun karena kandungan protein didalamnya yang lengkap. Hal tersebut didukung oleh data Badan Pusat Statistik (2020) tentang Rata-rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting bahwa adanya peningkatan konsumsi daging sapi yang semula sebesar 0,005 kg/kapita seminggu pada tahun 2014 menjadi 0,009 kg/kapita seminggu pada tahun 2017 - 2019.

Daging sapi merupakan salah satu pilihan pangan di masyarakat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Selain sebagai pemenuh kebutuhan protein hewani dengan rasa yang lezat dan digemari hampir semua kalangan, daging sapi juga mudah didapatkan karena tempat penjualannya yang tersebar dimana-mana, mulai dari UMKM seperti warung, pedagang sayuran, pasar tradisional, toko swalayan hingga supermarket. Pasar Ciwastra

merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Bandung, terletak di Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari. Pasar Ciwastra menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok, salah satunya yaitu daging sapi. Permintaan konsumen terhadap daging sapi di wilayah tersebut relatif cukup tinggi, ditandai dengan banyaknya penyedia/penjual yang menyediakan bahan pangan hewani tersebut. Hal tersebut tentunya sangat memengaruhi dan berdampak langsung pada keputusan yang diambil oleh masyarakat dalam membeli daging sapi.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dalam membeli sebuah produk barang ataupun jasa. Adapun faktor yang dipertimbangkan oleh peneliti yaitu lokasi, kelengkapan produk, dan harga. Ketiga faktor tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Beberapa faktor yang dipertimbangkan tersebut diambil berdasarkan rujukan literatur serta hasil observasi peneliti yang melihat adanya relevansi dengan kondisi aktual wilayah dan masyarakat di Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari dan sekitarnya. Relevansi yang dimaksud yaitu di sekitar lokasi Pasar Ciwastra sangat mudah

dijumpai toko swalayan maupun UMKM seperti warung sayur yang menyediakan daging sapi. Banyaknya penyedia produk sejenis di wilayah tersebut menggambarkan bahwa permintaan konsumen terhadap bahan pangan hewani tersebut cukup tinggi dengan karakteristik keputusan pembelian yang beragam, sehingga adanya pertimbangan faktor kelengkapan produk dan harga sebagai faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis faktor lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Pasar Ciwastra merupakan satu-satunya pasar tradisional di wilayah tersebut dengan banyaknya kompetitor toko swalayan serta UMKM yang juga menjual produk sejenis. Hal tersebut tentu berpengaruh terhadap pertimbangan konsumen dalam menentukan/memutuskan dimana akan membeli daging sapi maupun turunannya.

## **METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini adalah faktor lokasi, kelengkapan produk, dan harga serta keputusan pembelian produk

daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra yang terletak di Jalan Ciwastra, Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kepada konsumen Pasar Ciwastra yang membeli produk daging sapi dan turunannya ke jongko milik Pak Cepi dengan asumsi bahwa seluruh jongko daging sapi di Pasar Ciwastra bersifat homogen. Menurut Paturochman (2012), survei adalah suatu penelitian dengan cara menghimpun informasi dari sampel yang diambil dari suatu populasi, bertujuan untuk melakukan generalisasi sejauh populasi.

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung berdasarkan pertimbangan bahwa Pasar Ciwastra merupakan satu-satunya pasar tradisional di wilayah tersebut, terdapat beberapa toko swalayan dan UMKM seperti warung sayur di wilayah sekitar Pasar Ciwastra yang menyediakan produk sejenis, dan jongko daging sapi milik Pak Cepi merupakan salah satu dari enam jongko daging sapi yang berada di Pasar Ciwastra, dipilih secara acak diantara lima jongko lainnya menjadi tempat pengambilan sampel dengan asumsi bahwa seluruh jongko

daging sapi memiliki kesamaan (homogen), khususnya dalam hal produk yang dijual, harga produk, dan jumlah konsumen setiap harinya. Responden yang terpilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk daging sapi dan turunannya ke jongko daging sapi milik Pak Cepi, ditentukan melalui *systematic sampling*. Data yang dihimpun berasal dari data primer yang diperoleh dari 42 responden dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder diambil dari dokumen-dokumen yang menunjang kebutuhan dalam pelaksanaan penelitian ini, dapat diperoleh dari Kantor Pasar Ciwastra, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta teori yang relevan dan mendukung pelaksanaan penelitian. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini antara lain:

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Data kualitatif yang diperoleh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian selanjutnya dianalisis secara statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang diperoleh sebagaimana adanya tanpa generalisasi atau penarikan kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2015).

#### 2. Analisis Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan teknik analisis untuk mengetahui hubungan dari beberapa variabel bebas (X) atau prediktor (lokasi, kelengkapan produk, harga yang ditawarkan) dengan satu variabel terikat (Y) atau respon (keputusan pembelian) (Hosmer dan Lemeshow, 2000). Regresi ordinal digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel respon yang berskala ordinal dengan variabel prediktor (Indahwati, dkk., 2010). Model yang dapat dipakai untuk regresi ordinal adalah model logit. Model logit merupakan model logit kumulatif, dimana terdapat sifat ordinal dari variabel respon (Y) yang dituangkan dalam peluang kumulatif.

Model logit kumulatif merupakan model yang didapatkan dengan cara membandingkan peluang kumulatif yaitu peluang kurang dari atau sama dengan kategori respon ke-j pada p variabel prediktor (X) yang dinyatakan dalam vektor X,  $P(Y \leq j | X)$  dengan peluang lebih besar daripada kategori respon ke-j,  $P(Y > j | X)$ . Peluang kumulatif,  $P(Y \leq j | X)$  didefinisikan sebagai berikut:

$$P(Y \leq j | X) = \frac{\exp(\alpha_j + \beta_k x_{ik})}{1 + \exp(\alpha_j + \beta_k x_{ik})}$$

Dimana  $j = 1, 2, \dots, j$  adalah kategori variabel respon (Y) (Hosmer dan

Lemeshow, 2000). Melakukan analisis regresi ordinal dapat dilakukan secara manual ataupun menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Sebelum melakukan analisis regresi ordinal terhadap data penelitian, dilakukan uji instrumen yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan dengan total 10 responden untuk memastikan bahwa instrumen valid dan reliabel untuk digunakan.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan metode pengujian data untuk mengetahui apakah data atau jawaban responden dari kuesioner sebuah penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan atau tidak. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai CITC (*Corrected Item to Total Correlation*) atau nilai  $r_{hitung} > 0,3$ .

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode pengujian data untuk mengetahui apakah data atau jawaban responden dari kuesioner sebuah penelitian benar-benar stabil dalam mengukur sebuah fenomena atau kejadian. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah

nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) untuk setiap variabel dimana dikatakan reliabel jika  $\alpha > 0,60$ .

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan simultan. Adapun pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F) sebagai berikut.

#### (1) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh dari lokasi/kelengkapan produk/harga secara parsial yang ditawarkan terhadap keputusan pembelian. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh dari lokasi/kelengkapan produk/harga secara parsial yang ditawarkan terhadap keputusan pembelian.

#### (2) Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh dari lokasi, kelengkapan produk, dan harga yang ditawarkan secara bersama-sama

(simultan) terhadap keputusan pembelian. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh dari lokasi, kelengkapan produk, dan harga yang ditawarkan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Umur Responden**

Umur merupakan salah satu dari beberapa faktor demografi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Umur terbagi dalam tiga kategori, yaitu umur belum produktif (0-14 tahun), umur produktif (15-64 tahun), dan umur non produktif ( $> 64$  tahun) (BPS, 2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden masuk ke dalam kategori umur produktif yaitu rentang 15-64 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa daging sapi ataupun turunannya menjadi suatu kebutuhan bagi konsumen dengan umur produktif, sesuai dengan pernyataan Kotler dan Keller (2012) bahwa umur menentukan produk ataupun jasa yang dibeli oleh seseorang. Selain itu, kebutuhan dan selera seseorang tentu akan berubah seiring dengan bertambahnya umur.

### **Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin atau gender adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan akibat adanya konstruk atau bentukan sosial budaya di masyarakat (Eviyanti, 2006). Jenis kelamin masuk ke dalam faktor demografi yang memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih mendominasi yaitu sebanyak 24 orang atau 57,1% dibandingkan dengan responden perempuan yang berjumlah 18 orang atau 42,9%. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik jongko daging sapi bahwa sebagian besar konsumen atau pelanggan tetap merupakan laki-laki yang berprofesi sebagai pembuat dan pedagang bakso. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Suswandi (2010) bahwa adanya pelabelan gender terhadap suatu usaha kuliner nusantara dilihat dari bahan bakunya, khususnya yaitu bakso dengan pelabelan gender maskulin karena bahan baku yang digunakan adalah daging sapi.

### **Pekerjaan Responden**

Menurut Kotler (2000), pekerjaan seseorang berpengaruh terhadap barang ataupun jasa yang dibelinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang menjadi responden penelitian mayoritas adalah wiraswasta

dengan jumlah 20 orang atau 47,6%, mengurus rumah tangga dengan jumlah 11 orang atau 26,2%, pegawai swasta dengan jumlah 4 orang atau 9,5%, pelajar/mahasiswa dengan jumlah 4 orang atau 9,5%, dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah 3 orang atau 7,1%. Responden dengan pekerjaan wiraswasta sebagian besar adalah pedagang bakso yang membeli daging sapi untuk dijadikan bahan baku pembuatan bakso, sedangkan untuk responden dengan pekerjaan selain wiraswasta umumnya untuk konsumsi rumah tangga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Saputri, dkk. (2019) bahwa pasar tradisional menjadi tempat yang dikunjungi oleh para pedagang bakso untuk membeli daging sapi sebagai bahan baku sekaligus menggilingnya di tempat penggilingan daging yang tersedia di pasar. Adapun daging sapi menjadi konsumsi rumah tangga bagi sebagian responden dengan profesi lainnya dikarenakan telah menjadi suatu kebutuhan ataupun kebiasaan makan (*food habit*) bagi rumah tangga tersebut (Sjahmin, 2001).

#### **Alamat/Tempat Tinggal Responden**

Alamat atau tempat tinggal berkaitan dengan akses responden ke Pasar Ciwastra dalam melakukan

pembelian daging sapi ataupun turunannya, dibagi menjadi dua kategori, yaitu di wilayah Kelurahan Mekarjaya Kecamatan Rancasari Kota Bandung dan di luar wilayah Kelurahan Mekarjaya Kecamatan Rancasari Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden bertempat tinggal satu wilayah administratif dengan Pasar Ciwastra yaitu di Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung dengan jumlah 22 orang atau sebesar 52,4%. Sebanyak 20 orang lainnya atau 47,6% bertempat tinggal di luar wilayah administratif Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Berdasarkan analisis peneliti terhadap alamat/tempat tinggal responden pada umumnya memiliki jarak yang relatif dekat ( $< 4$  km) dengan Pasar Ciwastra, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh responden memiliki akses yang mudah dan dekat ke Pasar Ciwastra untuk melakukan pembelian daging sapi ataupun turunannya

#### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi sebesar 3,879 ( $> t_{tabel}$  2,204), maka penelitian berhasil membuktikan hipotesis pertama ( $H_{11}$ ) bahwa lokasi berpengaruh secara parsial

terhadap keputusan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Hal ini disebabkan karena lokasi Pasar Ciwastra terletak di lokasi yang strategis dengan berbagai kemudahan akses bagi konsumen untuk menjangkaunya.

Pasar Ciwastra terletak di Jalan Raya Ciwastra yang merupakan jalan utama, dilalui oleh transportasi umum seperti angkutan umum dengan lalu lintas yang ramai, tersedianya lahan parkir yang cukup luas, serta dikelilingi beberapa perumahan dan pemukiman padat penduduk disamping banyaknya kompetitor seperti toko swalayan ataupun UMKM yang menjual produk sejenis di wilayah tersebut, menjadikannya Pasar Ciwastra sebagai opsi yang baik untuk melakukan pembelian khususnya daging sapi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Nugroho dan Paramita (2009) bahwa lokasi dikatakan strategis apabila berada di wilayah yang padat dengan populasi manusia serta kemudahan akses dalam menjangkaunya, seperti kemudahan transportasi (umum maupun pribadi), kelancaran lalu lintas, serta arahnya tidak membuat bingung konsumen.

### **Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kelengkapan produk sebesar 1,514 ( $< t_{tabel}$  2,204), maka penelitian membuktikan menolak hipotesis pertama ( $H_{12}$ ) bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Emor, dkk. (2016) bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena berdasarkan hasil wawancara kepada setiap responden, sebagian besar menganggap kelengkapan produk khususnya hasil turunan ternak sapi (kepala, kulit, kaki, tulang, ekor, hati, paru-paru, dan saluran pencernaan) tidak menjadi fokus utama dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 3,651 ( $> t_{tabel}$  2,204), maka penelitian berhasil membuktikan hipotesis pertama ( $H_{13}$ ) bahwa harga berpengaruh secara parsial

terhadap keputusan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Hal ini didukung oleh hasil wawancara kepada setiap responden bahwa sebagian besar beranggapan harga daging sapi di Pasar Ciwastra terjangkau oleh konsumen dengan kualitas yang sepadan, serta cukup bersaing dengan toko swalayan ataupun UMKM di wilayah sekitar Pasar Ciwastra yang menjual produk sejenis. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya pembuat dan pedagang bakso yang membeli daging sapi untuk bahan baku bakso, disamping konsumen akhir dengan tujuan untuk konsumsi rumah tangga.

### **Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung}$  15,942 ( $> F_{tabel}$  2,85), maka penelitian membuktikan hipotesis pertama (H1) bahwa terdapat pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga yang ditawarkan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut secara bersamaan, tidak satu per satu. Menurut Harahap (2015) lokasi, kelengkapan produk, dan harga

memengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian suatu produk. tangga.

Sebagian besar konsumen melakukan pembelian daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra tidak hanya karena satu faktor saja, melainkan karena ketiga faktor (lokasi, kelengkapan produk, dan harga) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya, saling berkesinambungan sehingga menimbulkan keputusan pembelian. Berdasarkan nilai koefisien determinasi Nagelkerke sebesar 56% menandakan bahwa variabel X memengaruhi variabel Y sebesar 56%. Hal tersebut menyatakan bahwa variabel lokasi, kelengkapan produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 56%, sedangkan 44% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar faktor yang diteliti.

### **Uji Hipotesis**

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 1. Coefficients**

<i>Model</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	X1	3,879	,609
	X2	1,514	,000
	X3	3,651	,138

Sumber: Output Analisis dengan SPSS (2021)

$$t_{tabel} = 2,024$$

Berdasarkan Tabel 1. *Coefficients* yang menunjukkan nilai thitung untuk X1, X2, dan X3 dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1)  $t_{hitung}$  untuk  $X_1$   $3,879 > t_{tabel}$   $2,024$ , maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{11}$  diterima, artinya terdapat pengaruh dari lokasi terhadap keputusan pembelian.
- 2)  $t_{hitung}$  untuk  $X_2$   $1,514 < t_{tabel}$   $2,024$ , maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{12}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh dari kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.
- 3)  $t_{hitung}$  untuk  $X_3$   $3,651 > t_{tabel}$   $2,024$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{13}$  diterima, artinya terdapat pengaruh dari harga yang ditawarkan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 2. ANOVA**

<i>Model</i>		<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	15,942	,000
	<i>Residual</i>		
	<i>Total</i>		

Sumber: Output Analisis dengan SPSS (2021)

$$F_{tabel} = 2,85$$

Berdasarkan Tabel 2. ANOVA nilai  $F_{hitung}$   $15,942 > F_{tabel}$   $2,85$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh dari lokasi, kelengkapan produk, dan harga yang ditawarkan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Lokasi dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian,

sedangkan kelengkapan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung.

2. Lokasi, kelengkapan produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk daging sapi dan turunannya di Pasar Ciwastra Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung.

### Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga kelengkapan produk menjadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, disarankan untuk menyediakan hasil ikutan ternak secara langsung di tempat, tentu dengan kuantitas yang diperhitungkan untuk menghindari kerugian akibat tidak habis terjual.
2. Untuk meningkatkan persaingan dengan kompetitor, disarankan untuk melakukan strategi pada aspek lokasi, yaitu meningkatkan kenyamanan di area parkir; strategi pada kelengkapan produk, yaitu diversifikasi produk; dan strategi pada aspek harga, yaitu menerapkan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

3. Untuk penelitian selanjutnya dapat diidentifikasi dan diteliti variabel lain yang diduga memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas pelayanan, kebersihan, dan promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2012). *Tenaga Kerja Penduduk Menurut Golongan Umur dan Jenis Kegiatan*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2020). *Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2019*. Badan Pusat Statistik.  
<https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/950/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2019.html> [Diakses: 11 Juni 2021]
- Emor, J. I., W.F.A. Tumbuan., dan M. H. Rogi. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen RM. Bakso Solo Pak Eko di Tomohon. *Jurnal EMBA* Vol. 7 No. 4: 5407-5415.
- Eviyanti, Y. (2006). *Analisis Gender dalam Budidaya dan Pengolahan Hasil Tanaman Obat. Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7 No. 3 November 2015.
- Hosmer, D.W., dan Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. John Wiley dan Son. New York.
- Indahwati, K.D., Maena, I. (2010). Aplikasi Regresi Logistik Ordinal Multilevel Untuk Pemodelan Dan Klasifikasi Huruf Mutu Mata Kuliah Metode Statistika. *Forum Statistika dan Komputasi*. Vol. 15 No. 2: 23-31.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke-12*. Erlangga. Jakarta.
- Nugroho dan Ratih Paramita. (2009). Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. *EKOBIS* Vol. 2 No. 1. Universitas Islam Sultan Agung. Semarang.
- Paturochman, M. (2012). Penentuan Jumlah dan Teknik Pengambilan Sampel. (Untuk Penelitian Sosial Ekonomi). *UNPAD Press*. Bandung.
- Saputri, A., Ismono, R. H., dan Sayekti, W. D. (2019). Pola Produksi dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Daging Sapi oleh Produsen Bakso di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, 7(3), 268-274.
- Sjahmin. (2001). *Ilmu Gizi*. RHpatara Karya Aksara. Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. ALFABETA. Bandung.
- Suswandi, Irwan. (2010). Gender dalam Pelabelan Nama Kuliner Nusantara: Suatu Tinjauan Semiotik (Studi Kasus: Kuliner di Kota Depok). *Jurnal Mimesis*, 1 (1), 1-10.