

**ANALISIS HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN CUPANG DI DESA BANDAR SETIA,  
PERCUT SEI TUAN, DELI SERDANG**

**Ilham Maulana<sup>1)\*</sup>, & Edison Sagala<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

<sup>2)</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

E-mail : im00362@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari Harga, Lokasi, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ikan Cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel acak sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis secara statistik menggunakan metode regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis dengan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi R<sup>2</sup>, yang sebelumnya telah diuji dengan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian Ikan Cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Lokasi juga memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian Ikan Cupang di wilayah yang sama. Demikian pula, Kualitas memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian Ikan Cupang di daerah tersebut. Secara simultan, Harga, Lokasi, dan Kualitas secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian, yang ditunjukkan oleh nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel ( $2,986 > 2,72$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,036 yang lebih kecil dari 0,05. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,105, yang berarti bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas mempengaruhi Keputusan Pembelian Ikan Cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang sebesar 10,5%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

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

**Abstract**

*This study aims to determine the impact of Price, Location, and Quality on the Purchase Decision of Betta Fish in Bandar Setia Village, Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency. This research is quantitative, using a random sample of 80 respondents. Data collection was done through questionnaires and statistically analyzed using multiple linear regression analysis, with hypothesis testing using t-test (partial), F-test (simultaneous), and the coefficient of determination R<sup>2</sup>, which had been previously tested for validity, reliability, and classical assumptions. The results of the study indicate that Price has a partial influence on the Purchase Decision of Betta Fish in Bandar Setia Village, Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency. Location also has a partial influence on the Purchase Decision of Betta Fish in the same area. Similarly, Quality has a partial influence on the Purchase Decision of Betta Fish in that region. Simultaneously, Price, Location, and Quality collectively influence the Purchase Decision, as shown by the F-value being greater than the F-table value ( $2.986 > 2.72$ ) and a significance value of 0.036, which is less than 0.05. The coefficient of determination test shows a value of 0.105, meaning that Price, Location, and Quality affect the Purchase Decision of Betta Fish in Bandar Setia Village, Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency by 10.5%, while the remaining 89.5% is influenced by other variables outside this study.*

**Keywords: Price, Location, Quality, Purchase Decision**

## **PENDAHULUAN**

Kelompok ikan hias yang tersebar di seluruh Indonesia saat ini masih belum dikelola secara optimal. Jika dikelola dengan baik dan benar, ikan hias yang ada saat ini diyakini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Indonesia memiliki koleksi ikan hias yang luas, mencakup hingga 650 spesies air laut dan 4.720 spesies ikan air tawar. Selama pandemi COVID-19, penjualan ikan hias meningkat karena masyarakat beralih ke hobi, salah satunya adalah ikan cupang yang sedang diminati.

Budidaya ikan cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara berdasarkan survei awal peneliti menunjukkan adanya beberapa penjual ikan cupang dan lokasi budidaya di dekatnya. Di tempat penjualan ikan cupang tersebut, terdapat berbagai jenis ikan cupang, mulai dari yang umum hingga yang populer di pasaran, sehingga konsumen dapat memilih sesuai keinginan mereka.

Penjualan ikan cupang ini dikelola secara pribadi atau perorangan. Berdasarkan wawancara dengan salah satu toko ikan cupang, sebagian besar ikan cupang diambil dari lokasi budidaya milik pribadi dan dari pembudidaya lain di daerah Bandar Setia. Beberapa bibit ikan cupang juga diambil dari daerah lain seperti Medan, Tanjung Morawa, dan beberapa provinsi di Indonesia. Toko ikan cupang ini beroperasi dari pukul 9:00 WIB hingga pukul 17:00 WIB dan telah berjalan selama 3 tahun. Lokasi toko cukup dekat dengan Tembung tetapi agak jauh dari pusat kota Medan. Pembeli yang datang

biasanya dari masyarakat setempat, Medan, dan Tembung. Terkadang, ada pembeli yang memesan secara online melalui media sosial seperti Facebook, dengan rata-rata pembeli online berasal dari Pulau Jawa. Jenis ikan yang paling dicari dan harganya terjangkau adalah koi, fancy, dan halfmoon, sementara jenis yang lebih mahal seperti avatar dan blue rim juga diminati.

Lokasi toko ikan cupang di Jl. Rahayu dan Jl. Perhubungan dianggap kurang strategis karena terlalu dekat dengan pinggir jalan dan hampir tidak ada lahan parkir. Penataan yang salah dan pemilihan lokasi yang kurang tepat dapat mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha, ditambah lagi dengan kepadatan lalu lintas pada jam tertentu dan minimnya lahan parkir bisa membuat konsumen yang membawa kendaraan enggan datang ke toko. Lokasi yang tidak strategis ini menjadi salah satu masalah utama dalam menarik pengunjung (Yayan, 2019). Kehadiran lahan parkir yang memadai merupakan nilai tambah untuk menarik pengunjung membeli ikan cupang.

Kualitas merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan dan mempertimbangkan strategi usaha. Jika produk berkualitas, akan menarik konsumen untuk membelinya, sebaliknya jika kualitas buruk, konsumen akan beralih ke produk lain. Produk dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli (Alex dan Thomas, 2012). Konsumen cenderung mengetahui produk yang ingin dibeli dan tidak akan membuang waktu untuk memilih produk yang tidak berkualitas.

Dalam hal kualitas ikan cupang, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, seperti mental yang baik, keaktifan, warna sirip dan ekor yang sempurna, serta jenis perawatan yang mempengaruhi kualitas dan harga jual ikan cupang.

Menurut Swastika (2020) dalam sebuah artikel, ciri-ciri ikan cupang berkualitas adalah sebagai berikut:

1. Ikan Cupang dengan Mental Bagus  
 Ikan cupang berkualitas ditandai dengan temperamen tinggi. Meskipun secara umum ikan cupang memiliki temperamen tinggi, ikan dengan mental bagus lebih menarik untuk dinikmati keindahannya.
2. Ikan Cupang yang Aktif  
 Ikan cupang yang aktif menandakan kualitas yang baik. Ikan yang aktif bergerak dan merespons dengan baik saat didekati layak dibeli.
3. Ikan Cupang dengan Sirip dan Ekor Berwarna Terang  
 Sirip dan ekor berwarna terang menandakan kualitas yang baik. Sirip yang terbuka sempurna dan tidak ada bayangan pada ujungnya juga menjadi tanda kualitas yang baik.
4. Ikan Cupang dengan Tubuh Normal  
 Ikan cupang berkualitas ditandai dengan tubuh normal, ekor mengembang sempurna, insang sama besar, tidak ada tonjolan atau tumor, sisik rapi, dan postur tubuh lonjong.
5. Ikan Cupang dengan Warna Cerah dan Sisik Mengkilap

Warna sisik yang cerah dan mengkilap menunjukkan kualitas ikan cupang.

Warna yang cerah mengindikasikan ikan berkualitas tinggi.

Harga merupakan penawaran kepada konsumen yang dituju. Jika konsumen menerima harga yang ditawarkan, produk tersebut akan laku, sebaliknya jika ditolak, maka harga jual akan ditinjau ulang. Penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang sesuai adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk. Pemasar berusaha mencapai target tertentu melalui penetapan harga yang sering berubah sesuai tren. Selama pandemi COVID-19, tren ikan cupang sebagai hobi membantu menaikkan harga ikan cupang, namun setelah tren berakhir, harga kembali normal. Harga ikan cupang bervariasi dari Rp 5.000 hingga Rp 700.000.

Berikut adalah daftar harga ikan cupang di daerah Bandar Setia:

**Tabel 1. Daftar Harga Ikan Cupang di Daerah Bandar Setia**

No	Jenis Ikan Cupang	Harga Ikan Cupang
1	Ikan Cupang Avatar	Rp.100.000 - Rp.450.000
2	Ikan Cupang Black Samurai	Rp.80.000 - Rp.200.000
3	Ikan Cupang Blue Rim	Rp.80.000 - Rp.400.000
4	Ikan Cupang Fancy	Rp.5.000 - Rp.170.000
5	Ikan Cupang Halfmoon	Rp.30.000 - Rp.120.000
6	Ikan Cupang Hellboy	Rp.25.000 - Rp.280.000
7	Ikan Cupang Koi	Rp.25.000 - Rp.250.000
8	Ikan Cupang Nemo	Rp.35.000 - Rp.250.000
9	Ikan Cupang Red Dragon	Rp.25.000 - Rp.250.000

Sumber: Peternak Daerah Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang

Keputusan pembelian merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan, karena seluruh strategi yang dipersiapkan akan berujung pada keputusan pembelian konsumen. Di Bandar Setia, tidak semua penjual ikan cupang menggunakan display yang menarik; banyak yang menempatkan ikan dalam botol air mineral bekas,

mengurangi daya tarik ikan cupang yang ditawarkan. Hal ini membuat konsumen kesulitan memilih dan membeli ikan cupang. Kebanyakan konsumen mencari jenis koi nemo yang lebih murah dan warnanya cantik.

Keputusan untuk membeli produk, baik barang maupun jasa, dipengaruhi oleh dorongan emosional dan pengaruh eksternal. Dalam membeli ikan cupang, informasi tentang ikan yang ingin dibeli mempengaruhi keputusan pembelian. Walaupun ikan cupang mudah dipelihara, perawatan terbaik akan membuat ikan cupang memiliki warna dan bentuk badan yang indah, sehingga perawatan yang baik harus dipertimbangkan karena salah perawatan bisa menyebabkan ikan mati.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN CUPANG DI DESA BANDAR SETIA KEC. PERCUT SEI TUAN, KAB DELI SERDANG".

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Perilaku konsumen tidak hanya mengenai apa yang dibeli atau dikonsumsi, tetapi juga mencakup dimana, bagaimana kebiasaan, dan dalam kondisi apa produk dan jasa dibeli. Menurut Buchari Alma (2013:96), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan

proses. Faktor-faktor tersebut membentuk sikap konsumen dalam mengolah informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons mengenai produk yang akan dibeli.

Menurut Kotler & Armstrong (2016:177), keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang mencakup bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengeliminasi barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **Indikator Proses Keputusan Pembelian**

Kotler & Armstrong (2016:188) mengidentifikasi beberapa indikator keputusan pembelian sebagai berikut:

a) Pilihan produk

Sebelum membuat keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan merek produk dan asal produk tersebut.

b) Pilihan penyalur

Sebelum membuat keputusan pembelian, konsumen biasanya juga menilai siapa penyalur barang atau produk tersebut.

c) Waktu pembelian

Konsumen akan menentukan waktu pembelian ketika barang yang dibutuhkan atau diinginkan ingin dibeli.

d) Jumlah pembelian

Konsumen akan memutuskan jumlah barang yang akan dibeli setelah

memutuskan untuk membeli suatu produk atau barang dari perusahaan.

e) Metode pembayaran

Dalam setiap keputusan pembelian, uang adalah alat tukar untuk mendapatkan produk tersebut.

f) Pemeliharaan

Setiap pembelian produk mempertimbangkan perawatan yang diperlukan untuk menjaga kondisi produk tetap baik, yang menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pembelian.

### **Harga**

Harga adalah faktor dasar yang sering diperhatikan oleh calon konsumen saat membeli produk. Besar kecilnya harga suatu barang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut. Melalui harga, konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk dan memperoleh kepuasan dari konsumsinya. Harga (price) adalah nilai tukar yang dapat diukur dengan uang atau barang lain untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa pada waktu dan tempat tertentu (Deliyanti Oentoro, 2012).

Menurut Assauri (2014), harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sementara elemen lainnya hanya menghasilkan biaya. Harga adalah sejumlah uang atau barang yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi barang lain yang disertai dengan pemberian jasa (Kotler dan Keller, 2012:26 dalam Gain et al, 2017:144).

Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang ditetapkan atas suatu jasa atau produk, atau jumlah

total nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan jasa atau produk tersebut (Kotler dan Keller, 2009:345).

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang atau nilai tukar untuk suatu barang atau jasa yang ditetapkan berdasarkan kemampuan barang atau jasa tersebut dalam memberikan manfaat kepada pembelinya.

### **METODE PENELITIAN**

di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Pada penelitian ini, populasi yang diambil adalah konsumen ikan cupang di Desa Bandar Setia. Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa rata-rata konsumen yang melakukan membeli pada ikan cupang di Desa Bandar Setia adalah sebanyak 80 orang per harinya. Jumlah konsumen dalam sebulan adalah 400 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Uji instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kelayakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teknik analisis data melibatkan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas), analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis (uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Uji Instrumen Penelitian**

Instrumen yang baik adalah instrumen yang valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui penyebaran angket kepada 30 responden. Instrumen dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel untuk setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan ketepatan alat pengumpul data yang digunakan. Kuesioner dalam penelitian ini diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian validitas kuesioner menggunakan rumus Alpha Cronbach. Kuesioner dianggap valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Uji coba dilakukan terhadap instrumen pada 30 responden menggunakan teknik korelasi product moment. Untuk mengetahui validitas kuesioner, nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel. Nilai  $r$  hitung pada taraf signifikan 95% dengan taraf  $\alpha = 0,05$  dan  $df - 2 = 28$  adalah 0,361.

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Menunjukkan bahwa titik data menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga disimpulkan bahwa data regresi berdistribusi normal. Hasil histogram menunjukkan pola yang tidak miring ke kiri atau kanan, dengan hampir semua batang variabel berada dalam histogram. Dengan demikian, uji normalitas terpenuhi.

##### **Uji Multikolinearitas**

Dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara variabel-variabel bebas. Untuk

mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, digunakan VIF (Variance Inflation Factor) dan toleransi. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk variabel Harga (X1) adalah  $0,923 > 0,1$  dan nilai VIF untuk variabel Harga (X1) adalah  $1,083 < 10$ . Untuk variabel Lokasi (X2), nilai Tolerance adalah  $0,926 > 0,1$  dan nilai VIF adalah  $1,079 < 10$ . Untuk variabel Kualitas (X3), nilai Tolerance adalah  $0,959 > 0,1$  dan nilai VIF adalah  $1,043 < 10$ . Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi ini, atau tidak ada korelasi antar variabel bebas.

##### **Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi linear berganda dikatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas jika titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, tidak mengumpul hanya di satu sisi, tidak membentuk pola bergelombang, melebar, atau menyempit, dan penyebarannya tidak berpola. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak berpola di sekitar angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

#### **Analisis Regresi Berganda**

1. Konstanta sebesar 11.956 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas, maka variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 11.956.
2. Koefisien X1 sebesar 0,110 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Harga sebesar satu unit

akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,110.

3. Koefisien  $X_2$  sebesar 0,211 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Lokasi sebesar satu unit akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,211.

4. Koefisien  $X_3$  sebesar 0,133 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kualitas sebesar satu unit akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,133.

### Uji Hipotesis

1. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2,986 > 2,72 dan nilai signifikansi sebesar 0,036 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

#### 2. Uji t

Metode ini menentukan t tabel menggunakan tingkat signifikan 5% dengan  $df = n - k$  (pada penelitian ini  $df = 80 - 4 = 76$ ), sehingga t tabel adalah 1,991. Hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian: nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,175 < 1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,244 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, dan Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian: nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,017 < 1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,312 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, dan Lokasi secara parsial

berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

c. Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian: nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,012 < 1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,308 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, dan Kualitas secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

#### Uji koefisien determinasi

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,105, yang berarti bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas berpengaruh langsung sebesar 10,5% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya 89,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Harga, Lokasi, dan Kualitas memiliki pengaruh parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian ikan cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Peningkatan harga mempengaruhi keputusan pembelian, di mana harga yang sesuai dengan kualitas ikan cupang sangat penting, dengan bentuk dan anatomi yang lengkap sebagai faktor penentu. Responden menyatakan bahwa mereka membeli ikan cupang karena harganya sesuai dengan bentuk yang diinginkan, meskipun harga tidak selalu sesuai dengan motifnya, sehingga harga ikan cupang harus

sebanding dengan kualitasnya. Lokasi yang aman dan nyaman juga menarik konsumen, sedangkan lokasi yang tidak mudah terlihat dari tepi jalan menjadi kendala. Oleh karena itu, lokasi penjualan harus nyaman dan mudah terlihat untuk meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas ikan cupang yang sesuai dengan kriteria konsumen juga merupakan faktor penting, dengan responden menyatakan bahwa mereka membeli ikan cupang karena sesuai dengan kriteria yang dicari, meskipun harga tidak selalu sesuai dengan motifnya. Kesimpulannya, faktor ekonomi, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses membentuk sikap konsumen dalam keputusan pembelian. Responden juga menyatakan bahwa mereka membeli ikan cupang karena perawatannya yang mudah, meskipun ada pendapat yang berbeda tentang kebutuhan tempat dan filter aerator. Oleh karena itu, Harga, Lokasi, dan Kualitas mempengaruhi keputusan pembelian jika konsumen memahami produk tersebut dan faktor-faktor ini dipenuhi.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ikan cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
2. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ikan cupang di

Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

3. Kualitas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ikan cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

4. Harga, Lokasi, dan Kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ikan cupang di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alex, D., & Thomas, S. 2012. Impact of Product Quality, Service Quality and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions. *European Journal of Business and Management*. Volume 3, No.3, p.307-315.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bagus Dwiarta, SE., MM, Riza Wahyu Ardiansyah, (2021) " *The Effect Of Price Perception, Quality Perception, And Location On Purchase* " *International Journal of Economics, Business and*

- Accounting Research (IJEBAR)
- Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, Juli 2012.
- Eko Purnomo, Yulfita Aini, Makmur. 2016. *pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam mengkonsumsi beras lokal di Desa Rambah Utama*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Manajemen*
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*. *PERFORMA*, 2(2), 142-150.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS-Edisi Ke Empat*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). *Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 15(1).
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. <https://swastikaadvertising.com/lakukan-tips-ini-jika-ingin-membeli-ikan-cupang/>
- Irpan Effendi, Mukhamad Najib, Kirbrandoko, (2019), “*Preference Analysis And Purchasing Decision Of Fruit Consumer Ii Generation Y (Case of Modern and Traditional Retail in Bogor)*”, *Journal of Consumer Sciences*.
- Kotler, Philip, Gary, Amstrong, Kevin L, Keller. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. *Manajemen Pemasaran*. 13 edition. Vol. 1. Jakarta: Erlangga, 2009. “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, 3 ed., vol. 1 (Jakarta: Erlangga, 1997), 173– 174. 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Mudrajad Kuncoro, (2013). “*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*” Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Rachma, Anindya Andanawari. 2014. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Diponegoro.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka
- Santoso, Singgih. 2008. *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Exel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi

- Sarjono, Bambang. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang*. Jurnal Orbith, vol. 9 no. 3 November 2013 : 228-235.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 15(1).
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(1).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI
- Yayan, (2019).” *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Hapi Fasion Branded Cikarang Pusat Bekasi*” Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Jurusan Manajemen Universitas Pelita Bangsa