

**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU KUNING AY”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mata Kuliah Seminar Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :
RENALDI CORI APRILIAN
NPM : 2112010415

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

RENALDI CORI APRILIAN
NPM : 2112010415

Judul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU KUNING AY**

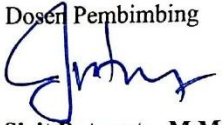
Telah Diseminarkan dan Disetujui untuk Diajukan Guna Memenuhi
Tugas Mata Kuliah Seminar Manajemen
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 9 Juli 2025

Dosen Pembimbing


Zulistiani, S.Pd, M.M
NIDN. 0711118603

Dosen Pembimbing


Sigit Ratnanto, M.M
NIDN. 0706067004

Skripsi Oleh:

RENALDI CORI APRILIAN
NPM: 2112010415

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU KUNING AY**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada Tanggal : 9 Juli 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia penguji :

1. Ketua : ZULISTIANI, S.Pd, M.M
2. Penguji I : HERMINISITIASIH, S.T, M.M, M.T
3. Penguji II : SIGIT RATNANTO, S.T, M.M

(
(
(

Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amu Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama	: Renaldi Cori Aprilian
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat/tgl. Lahir	: Nganjuk, 19 April 2000
NPM	: 2112010415
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Prodi	: Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 09 - Juli - 2025
Yang Menyatakan



RENALDI CORI APRILIAN
NPM: 2112010366

Motto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“Bersyukurlah kepada-Ku, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu.”
(QS. Ibrahim: 7)

“Belajarliah bukan hanya untuk mendapat gelar, tapi untuk membuka mata dan hati; karena ilmu bukan hanya soal tahu, tapi soal peduli dan mau berkontribusi”

Najwa Shihab

Kupersembahkan karya ini buat:

1. Ayah dan mama, Cinta pertama dan pintu surgaku
2. Adik – Adikku,
3. Pasangan saya
4. Seluruh keluarga saya

ABSTRAK

Renaldi Cori Aprilian : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Tahu Kuning AY, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Tahu Kuning AY di toko Rendy Kecamatan Purwoasri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kasual, dengan menggunakan purposive sampling terhadap sampel dengan kriteria tertentu yang berjumlah 45 orang. Analisis data meliputi validitas dan reliabilitas, deskriptif, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, Koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Sedangkan lokasi berpengaruh signifikan. Namun secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kebaruan penelitian ini terletak pada objek studi, yaitu produk Tahu Kuning AY yang sebelumnya belum banyak diteliti dalam konteks pemasaran. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan Skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Amin Tohari, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bapak Zulistiani, S.Pd, M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang mengawasi dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.
5. Sigit Ratnanto, M.M. selaku Dosen pembimbing II yang memberikan masukan dan motivasinya untuk membimbing skripsi ini dengan sabar
6. Kepada Ayahku Rasmaji, Yang selalu menjadi sumber kekuatan dengan doa, dukungan dan motivasi yang tak pernah berhenti untuk menjalani proses ini
7. Kepada Mama Nanik dan Mama Isrofin, Yang selalu memberikan doa dan tidak pernah henti sehingga skripsi ini dapat di selesaikan
8. Kepada Adikku Revaldy Zio Hafis Muntazerry dan Adikku Revano Yafiq Alfarizi, yang selalu menghadirkan senyum dan semangat saat penulis merasa Lelah. Terimakasih sudah menjadi pengingat betapa indahnya arti keluarga
9. Kepada Chandra Dwi Fatiha, Terimakasih untuk waktu, pikiran, dan hati yang menguatkan semua hal yang di usahakan
10. Untuk Ariya dan Belgist, sahabat yang tak hanya menemani langkah ini, tapi juga menguatkan hati disaat terlemah. Terimakasih telah menjadi bagian

dari cerita perjuangan ini

11. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.
12. Untuk diri sendiri, yang diam-diam menanggung letih, kebimbangan dan kegelisahan, namun tetap memilih melangkah dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai

Disadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas

Hormat Saya



RENALDI CORI APRILIAN
NPM : 2112010415

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	 8
A. Kajian Teori	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
2. Harga	13
3. Kualitas Produk.....	16
4. Lokasi	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Berfikir.....	22
D. Kerangka Konseptual	24
E. Hipotesis.....	25
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 26
A. Variabel Penelitian	26
1. Identifikasi Variabel Bebas	26
2. Variabel Terikat	29
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian	30
1. Pendekatan Penelitian	30

2. Teknik Penelitian	30
C. Tempat Dan Waktu Penelitian	31
1. Tempat Penelitian.....	31
2. Waktu Penelitian	31
D. Populasi Dan Sampel	31
E. Instrumen Penelitian.....	33
F. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran umum penelitian	48
B. Deskripsi data penelitian	52
C. Analisis data	63
D. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Skala Penilaian Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 3.3 Tabel Kisi-Kisi Instrumen.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	60
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Harga	61
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Harga	67
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.	73
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda.	75
Tabel 4.11 Coefficient of Determination	77
Tabel 4.12 Uji-T.....	77
Tabel 4.13 Uji F	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	56
Gambar 4.2 Logo Perusahaan	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	73
Gambar 4.4 Scatterplot.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	56
Gambar 4.2 Logo Perusahaan	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	73
Gambar 4.4 Scatterplot.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis kuliner atau *food & beverages* di era sekarang yang begitu masif, dapat diketahui dari semakin banyaknya tempat-tempat kuliner baru dan juga estetika guna memikat para konsumennya. Hal tersebut membuat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan tempat yang ingin dikunjungi. Dalam menjalankan bisnis kuliner tentunya diperlukan strategi yang baik, agar kuat dalam menghadapi persaingan bisnis dan dapat menarik minat pembelian pelanggan. Oleh karena itu, setiap bisnis kuliner saling berlomba memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya, salah satu contoh bisnis kuliner yang cukup menjanjikan di daerah Kediri adalah Tahu Kuning. Seperti penelitian yang dikemukakan oleh (Rahayu 2020) dengan judul Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tahu Kuning (Studi Kasus :Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Sisingamangaraja) dengan hasil bahwasanya konsumen dalam melakukan pembelian tahu kuning kebanyakan konsumen masih ragu-ragu dalam pembelian produk tahu kuning pada :Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Sisingamangaraja diakrenakan produk dari tahu kuning itu kurangnya cita rasa dari tahu kuning dan juga harga yang terbilang cukup mahal dari tahu kuning itu sendiri.

Di daerah Kediri sendiri sering disebut dengan kota tahu mengapa demikian, dikarenakan banyak ditemukan tempat-tempat produksi pembuatan Tahu Kuning dengan berbagai macam kualitas dan variasi produk olahan tahu dari masing-masing tempat pembuatannya. Berikut merupakan data perusahaan tahu kuning di Kediri :

No.	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Alamat
1.	MIKIMOS	Ny. Anugrahwati	Jl. Pattimura No. 59, Kediri
2.	LTH	Liem Lie Hoen	Jl. Pattimura No. 64, Kediri
3.	CAKRA WIJAYA	Yoseph Seger Budi Santoso	Jl. Trunojoyo No. 63, Kediri
4.	LKK	Hariyanto	Jl. Pattimura No. 61, Kediri
5.	PANGLIMA	Go See Sing	Jl. Yos Sudarso No. 126/114, Kediri
6.	SARI LEZAT POO	Hendra Oetomo	Jl. Yos Sudarso No. 36

Gambar 1.1

Data Perusahaan Tahu Kuning di Kota Kediri

(Sumber : <https://www.kedirikota.go.id>, 2025)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa berkembang pesatnya bisnis Tahu kuning diberbagai tempat di daerah Kediri, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan antar perusahaan. Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan, keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan (Mustika Sari and Prihartono 2021).

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen. Seperti halnya disampaikan oleh (Cesariana 2022) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Proses keputusan pembelian dimulai jauh sebelum tindakan pembelian dan berlanjutan lama sesudahnya, dimana pemasar perlu memuaskan perhatian pada proses pembelian secara keseluruhan bukan hanya pada keputusan membeli.

Untuk itu pelaku usaha harus bersaing dengan pelaku usaha sejenis

dengan menampilkan produk yang berbeda atau lebih spesifik. Bahkan harus mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen sasaran, salah satu bisnis atau peluang usaha yang dapat menampilkan produk yang berbeda yaitu bisnis kuliner karena dinilai cukup menjanjikan dengan menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar manusia yaitu makanan khususnya bisnis Tahu Kuning, bahkan dalam perkembangan saat ini, teori kepuasan merupakan sebuah konsep yang sangat penting dalam studi pemasaran, seperti yang dikemukakan oleh (Saradissa, 2020) dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Tahu Kuning AY.

Selain dari keputusan pembelian ada faktor lain yang tak kalah penting bagi seorang pengunjung ketika menentukan pembelian Tahu Kuning mana yang akan mereka pilih, faktor tersebut adalah harga dari produk café tersebut, seperti yang dikemukakan oleh (Kaharuddin, 2022) harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar konsumen sebagai bayaran atas manfaat menggunakan produk atau layanan yang bersangkutan. Dan yang dikemukakan oleh (Aisah, 2024) harga adalah elemen penting dalam strategi pemasaran yang mempengaruhi persepsi nilai pelanggan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara harga dan kepuasan pelanggan, di mana harga yang kompetitif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun, penetapan harga harus dilakukan dengan hati-hati; harga yang terlalu rendah dapat memberikan persepsi negatif tentang kualitas produk, sementara harga yang terlalu tinggi dapat membuat pelanggan beralih ke kompetitor (Novaliana 2022).

Sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen terlebih dulu akan melihat harga dari produk yang akan dibelinya jika harga tidak sesuai dengan kualitas yang konsumen inginkan, maka mereka tidak akan memutuskan untuk membeli produk tersebut (Utami 2021). Sebaliknya jika harga yang dijual sebanding dengan kualitas yang diinginkan konsumen, maka mereka akan memutuskan untuk membeli. Harga yang ada pada produk di Tahu AY terbilang

cukup murah dikantong harganya mulai dari Rp.1.600 Perbiji dan Rp.25.000 per besek isi 10 saja ini yang membuat Tahu AY cukup ramai dikunjungi oleh khalayak ramai selain menunya yang bervariasi dan harganya juga terjangkau.

Selanjutnya selain dari adanya harga yang terjangkau faktor kualitas produk juga tatkala penting dikarenakan dengan kualitas yang terbaik dari produk Tahu Kuning, dapat memberikan feedback positif pada Tahu Kuning AY dengan adanya produk-produk Tahu Kuning AY yang kualitasnya baik maka para konsumen akan merekomendasikan kepada khalayak ramai sehingga pelanggan dari Tahu Kuning AY semakin meningkat. Seperti yang dikemukakan oleh (Sugianto 2020) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Kualitas produk sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Aisah 2024). Bisnis kuliner yang bertahan dalam persaingan bisnis harus memperhatikan manfaat yang diperoleh pelanggan setelah membeli atau memakai produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk meningkatkan daya beli produk Tahu AY dan memperluas informasi mengenai Tahu AY faktor lokasi juga merupakan faktor yang sangat penting lokasi juga ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang (Suwarni 2023).

Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi, Konsumen juga akan memperhatikan aspek lokasi karena lokasi dari Tahu AY ini juga cukup strategis berdekatan dengan jalur antar kota yaitu terletak di Bra'an Purwoasri, sehingga para konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi dari Tahu AY.

Bukan hanya dari kalangan masyarakat sekitar saja tetapi juga bisa dikenal oleh masyarakat luas.

Penelitian yang hampir sama yang dilakukan oleh oleh (Suwarni 2023) dengan judul “Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Nilai Pelanggan, Lokasi dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Indomaret di Yogyakarta” disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan nilai pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan dan tidak terdapat pengaruh signifikan lokasi, nilai pelanggan, terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi 2022) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)” Hasil artikel literature review ini adalah Persepsi Harga, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Putri 2024) dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mixue Di Kabupaten Klaten” disimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mixue di Kabupaten Klaten. Kualitas Pelayanan, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mixue di Kabupaten Klaten. Secara simultan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mixue di Kabupaten Klaten.

Penelitian yang dilakukan oleh (Taroreh 2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe K7 Di Amurang Kabupaten Minahasa Selatan Selama Masa New Normal”. Hasil penelitian menunjukkan Bauran pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café K7 Amurang. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Café K7 Amurang. Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama – sama atau simultan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen pada Café K7 Amurang. Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya Café K7 Amurang mempertahankan dan semakin meningkatkan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dengan penelitian diatas bahwasanya penting bagi Tahu AY untuk memperhatikan harga, kualitas produk dan lokasi tidak hanya untuk menggaet para pelanggan tetapi juga mengembangkan perusahaan ditengah banyaknya pesaing dari para pembuat Tahu Kuning, contohnya saja Tahu POO yang terletak di Jl. Yos Sudarso No.92, Pakelan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64123 selain variasi produknya banyak dan berbagai olahan tahu Tahu POO banyak dikunjungi para konsumen.

Selain itu juga ada Pusat Oleh- Oleh Tahu Shinta terletak di Jl. Yos Sudarso No.138, Pakelan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64123 toko ini juga banyak produk olahan tahu dan juga tempatnya yang strategis menjadi daya tarik bagi para konsumen. Selain itu juga ada Toko Tahu Tinalan yang terletak pada Jl. Letjend Suparman No.73, Tinalan, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur 64132 Toko Tahu ini juga cukup ramai dengan berbagai olahan produk tahu nya.

Keunggulan dari Tahu AY yaitu terletak pada harganya yang murah dan juga tempatnya yang sangat strategis terletak di jalur antar kota sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasinya yang terletak di Bra'an, Purwoasri dan juga tekstur dari tahu kuning yang kaya akan rempah-rempah dan teksturnya yang padat. Masalah yang terdapat pada Tahu AY adalah dibandingkan dari pesaing yang ada disekitarnya yaitu tahunya sedikit lebih kecil dibandingkan tahu dari lainnya dan juga faktor lahan parkir yang kurang luas juga mempengaruhi jikalau ada wisatawan yang hendak membeli Tahu AY dan juga jarak antar toko yang berdekatan juga menimbulkan persaingan yang cukup tinggi dan juga kebanyakan konsumen sudah mempunyai langganannya sendiri dan juga banyaknya tukang parkir ilegal sehingga mengganggu kenyamanan dari pengunjung Tahu AY. Berdasarkan informasi latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan

pembelian konsumen. Karena itu penulis mengangkat judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tahu Kuning AY.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat diangkat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tahu AY secara parsial ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tahu AY secara parsial ?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tahu AY secara parsial ?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tahu AY secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas yang sudah dijelaskan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Tahu AY secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tahu AY secara parsial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan dari lokasi terhadap keputusan pembelian pada Tahu AY secara parsial.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan dari harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Tahu AY secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini memberikan wawasan serta menjadi pengalaman dalam menganalisis suatu permasalahan sekaligus dapat menambah keterampilan dalam memecahkan masalah sesuai

dengan teori yang telah diperoleh dalam kegiatan perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak antara lain :

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat membandingkan antara teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan praktik yang diterapkan di lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Dapat mengetahui sejauh mana Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu berguna bagi Tahu AY dalam mengambil kebijakan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing Tahu Kuning AY yang semakin kompetitif.

- Aisah, Siti. 2024. "PENGARUH PENERAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KAFE TOP ANDA." *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial* 10.
- Cesariana, Carmelia. 2022. "MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)." 3(1):2022. doi: 10.38035/jmpis.v3i1.
- Mustika Sari, Rissa, and Prihartono. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)* 5(3):1171–84.
- Novaliana, Ika. 2022. "PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN HARGA PADA KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK." *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*.
- Pertiwi, Ayu Bunga. 2022. "Menghasilkan Temuan Bahwa Komunikasi, Motivasi Kerja, Dan Lingkungan Kerja Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3.
- Putri, Elsa Maera. 2024. "PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIXUE DI KABUPATEN KLATEN." *Journal Competency Of Bussiness*.
- Rahayu, Sri. 2020. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tahu Kuning (Studi Kasus :Pasar Tradisional Simpang Limun Jalan Sisingamangaraja)." *Festival Riset Ilmiah & Akutansi* 5.
- Sugianto, Rany. 2020. "ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN MEDAN RESORT CITY." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM* 10:1–12.

- Suwarni, Eva. 2023. "Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Nilai Pelanggan, Lokasi Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Indomaret Di Yogyakarta." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5.
- Taroreh, Stevani. 2020. "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE K7 DI AMURANG KABUPATEN MINAHASA SELATAN SELAMA MASA NEW NORMAL." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11.
- Utami, Fifi Zhaqyah. 2021. "PENGARUH PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK CAFE HAZEY." *JBES* 2.
- Indrasari, M. (2020). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.

Chotimah, N., Findi, F., & Rahman, N. H. Abd. (2022). Peingaruh Lokasi Peinjuialan teirhadap Loyalitas Peilanggan Pada Toko Reijeiki Eixpreiss. Among Makarti, 15(3). <https://doi.org/10.52353/ama.v15i3.310>

Yosef Tonce, S. E., & Rangga, M. Y. D. P. *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

