



Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler di PT Malindo Kota Prabumulih

Indri Saputra¹, Yudi Tusri², Herlina³

Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Prabumulih

Email: indrisaputra332@Gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian pada PT Malindo Kota Prabumulih. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT Malindo yang membeli ayam di kandang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang, analisis data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas korelasi. Untuk uji hipotesis dari penelitian ini menggunakan uji t dan uji f, dimana secara parsial lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ayam broiler di PT Malindo dengan nilai t hitung $2,736 > t \text{ tabel } 1,669$, secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ayam broiler di PT Malindo dengan nilai t hitung $8,513 > t \text{ tabel } 1,669$. Secara simultan lokasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ayam broiler di PT Malindo dengan nilai F hitung $64,262 > F \text{ tabel } 3,14$, serta diketahui berdasarkan uji koefisien determinasi lokasi dan kualitas produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,657 atau dapat diartikan lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh sebesar 65,7% terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan pembelian

Abstract

This study was conducted with the aim of determining the effect of location and product quality in increasing purchasing decisions at PT Malindo Kota Prabumulih. The type of research used in this study is quantitative research with a descriptive approach. The research instrument used is a questionnaire. This study was conducted on PT Malindo customers who buy chickens in cages. The sample used in this study was 67 people, data analysis was carried out using a research instrument consisting of validity and reliability tests, as well as classical assumption tests consisting of normality tests, heteroscedasticity tests, and correlation multicollinearity tests. For hypothesis testing of this study using the t test and f test, where partially the location has a positive effect on purchasing decisions for broiler chickens at PT Malindo with a t count value of $2.736 > t \text{ table } 1.669$, partially product quality has a positive effect on purchasing decisions for broiler chickens at PT Malindo with a t count value of $8.513 > t \text{ table } 1.669$. Simultaneously, location and product quality together have a positive effect on the decision to purchase broiler chickens at PT Malindo with a calculated F value of $64.262 > F \text{ table } 3.14$, and it is known that based on the determination coefficient test, location and product quality have a coefficient value of 0.657 or it can be interpreted that location and product quality have an influence of 65.7% on purchasing decisions

Keywords: Location, quality product, purchasing decisions



PENDAHULUAN

Daerah Prabumulih terdapat beberapa sektor ekonomi yang bisa dikembangkan oleh pemerintahan kota Prabumulih seperti migas, pertanian karet dan sawit, peternakan ayam broiler dan lain-lain. Wujud nyata dari pembangunan ekonomi daerah Prabumulih adalah dengan di banggunnya beberapa industri pada kota Prabumulih, salah satu industri yang telah dibangun di Prabumulih adalah industri peternakan ayam broiler milik PT Malindo Feedmill yang terletak di Kelurahan Karang Jaya. Pally (2023) berpendapat bahwa lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa serta pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi atau tempat usaha sangat penting untuk di pertimbangkan seacara matang agar distribusi penjualan dapat terus berjalan. PT Malindo dalam menjalankan bisnisnya memilih Kelurahan Karang Jaya sebagai tempat untuk menjalankan bisnisnya dan mendistribusikan produknya. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang peternakan ayam, PT Malindo merupakan penyedia ayam broiler terbesar yang ada di Kota Prabumulih. Penting untuk memastikan kelancaran distribusi penting untuk memilih lokasi usaha dengan akses jalan yang bagus agar memudahkan kelancaran pendistribusian. Menurut Gunawan (dalam Rochma, 2022) kualitas produk merupakan kemampuan untuk memenuhi keinginan pelanggan. penting bagi perusahaan seperti PT Malindo yang bergerak dibidang penjualan ayam untuk menjaga Kualitas dari ayam broiler karena kualitas ayam akan menjadi penentu nilai pasar dari ayam broiler karena tentunya pelanggan menginginkan yang terbaik dari, ayam potong broiler yang berkualitas baik lebih dinilai oleh pasar. Indrasari (2019) berpendapat Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. sebagai salah satu perusahaan penjualan ayam dengan skala yang besar PT Malindo perlu memperhatikan bagaimana situasi pasar. Pelanggan tentunya mempunyai banyak pertimbangan dalam menentukan pilihan produk ayam broiler yang akan mereka beli. Agar pemasaran suatu produk dapat berjalan, konsumen perlu merasakan kesesuaian dengan kualitas produk dan cenderung membeli produk yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode peneltian kuantitatif, penggunaan metode ini dilakukan dengan cara survei untuk memperoleh data primer. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari responden penelitian guna memperoleh informasi untuk menjawab permasalahan penelitian yang ditetapkan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT Malindo Kota Prabumulih, yang beralamat di Kelurahan Karang Jaya Kec Prabumulih Timur. 3 bulan dimulai pada awal februari sampai dengan awal Mei 2025

Populasi dan Sampel

Menurut Amruddin Dkk (2022) populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Malindo yang membeli ayam broiler langsung ke kandang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan

menggunakan rumus lemeshow, karena jumlah populasi tidak diketahui. Berikut adalah perhitungan sampel dari penelitian ini.

$$n = \frac{z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 90% = 1,64

p = maksimal estimasi disarankan 0,5 untuk populasi tidak diketahui

d = tingkat kesalahan 10% adalah 0,10

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,6724}{0,01}$$

$$n = 67,24 \Rightarrow 67$$

Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berupa kata dan kalimat, data kuantitatif yang berupa angka-angka. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh langsung oleh peneliti dan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari pihak ketiga dan berupa artikel, jurnal, dan laporan-laporan dari perusahaan

Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Lokasi

Kotler & Amstrong (dalam Christian Dkk, 2022) lokasi adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar yang dituju. Lokasi usaha yang strategis dapat membantu mempermudah distribusi penjualan dari produk yang dihasilkan, dengan lancarnya bisnis yang sedang dijalankan akan membantu perkembangan dari usaha tersebut. Indikator yang mempengaruhi lokasi ada 5 (lima) menurut Tjiptono (dalam jurnal Aprileny Dkk, 2022). Yaitu :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Lalu lintas
4. Tempat parker
5. Ekspansi

Kualitas Produk

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, baik berupa barang maupun jasa, dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen. produk Menurut Meithina Indrasari (2019) merupakan titik pusat dari kegiatan

pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan kepasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Asman Nasir dalam jurnal Maryati dan Khoiri (2022) Indikator kualitas produk, yaitu :

1. *Performance*
2. *Range and type of features*
3. *Reability and durability*
4. *Sensory characteristic*
5. *Ethicial profile and image*

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai keputusan untuk membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan sebelum membelinya. Menurut Maryati dan Khoiri (2022) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang melibatkan proses pertimbangan seperti produk atau jasa apa yang akan dibeli serta kualitasnya, berapa banyak, bagaimana cara membeli barang atau jasa tersebut. Tjiptono dalam buku Indrasari (2019) menjelaskan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan sebagai berikut:

1. Pilihan Produk
2. Pilihan merek
3. Pilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian

Teknik Analisis Data

Menurut Sahir (2022) analisis data adalah data yang sudah diolah sehingga hasil yang diperoleh mudah dimengerti oleh pembaca penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Metode analisis data adalah cara untuk mengolah data penelitian menjadi informasi yang berguna. Proses ini melibatkan beberapa tahap, seperti pengumpulan, penyusunan, pengolahan, pengujian hipotesis, dan pembuatan laporan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode persamaan linier berganda dimana metode ini digunakan pada jenis penelitian yang mempunyai dua atau lebih variabel x (independen).

HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Korelasi r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1,1	0,467	0,240	Valid
	X1,2	0,606	0,240	Valid
	X1,3	0,442	0,240	Valid
	X1,4	0,565	0,240	Valid

	X1,5	0,641	0,240	Valid
	X1,6	0,533	0,240	Valid
	X1,7	0,528	0,240	Valid
	X1,8	0,538	0,240	Valid
	X1,9	0,328	0,240	Valid
	X1,10	0,385	0,240	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2,1	0,436	0,240	Valid
	X2,2	0,549	0,240	Valid
	X2,3	0, 476	0,240	Valid
	X2,4	0,677	0,240	Valid
	X2,5	0,537	0,240	Valid
	X2,6	0,522	0,240	Valid
	X2,7	0,496	0,240	Valid
	X2,8	0,428	0,240	Valid
	X2,9	0,461	0,240	Valid
	X2,10	0,436	0,240	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y,1	0,322	0,240	Valid
	Y,2	0,393	0,240	Valid
	Y,3	0,466	0,240	Valid
	Y,4	0,534	0,240	Valid
	Y,5	0,580	0,240	Valid
	Y,6	0,471	0,240	Valid
	Y,7	0,598	0,240	Valid
	Y,8	0,507	0,240	Valid
	Y,9	0,420	0,240	Valid
	Y,10	0,583	0,240	Valid

Sumber : data yang diolah, 2025

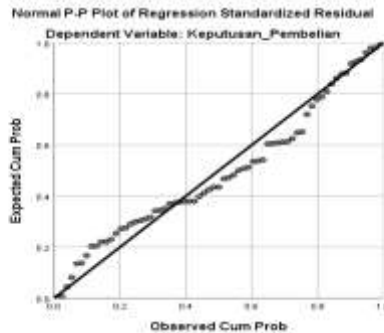
Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Croncach,s	Taraf Signifikansi	Keterangan
Lokasi(X1)	0,680	0,6	Riabel
Kualitas Produk(X2)	0,778	0,6	Riabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,652	0,6	Riabel

Sumber : data yang diolah, 2025

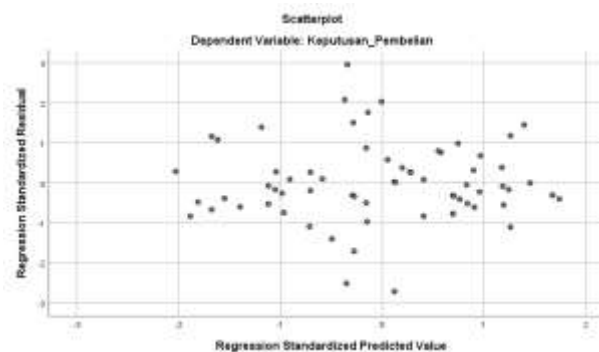
Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dari hasil analisis regresi linier dengan grafik normal p-plot di atas terhadap residual eror model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya plot grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik-titik tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedasitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedasitas

Dari Scatterplots grafik diatas terlihat bahwa titik titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Uji Multikolonieritas

Tabel 3. Hasil uji multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.485	2.957		1.855	.068		

	Lokasi_total	.206	.075	.222	2.736	.008	.789	1.268
	Kualitas_Total	.643	.076	.691	8.513	.000	.789	1.268
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian								

Sumber: Data yang diolah, 2025

Hasil Pengujian Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai dari VIF (1.268) dari variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala Multikolonieritas dalam model regresi.

Uji Korelasi

Tabel 4. Uji korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.657	2.187	2.209
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Total, Lokasi_total					
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian					

Sumber: Data yang diolah, 2025

Hasil perhitungan korelasi person pada tabel 4.13 diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut

1. Keeratan hubungan antara lokasi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah sebesar 0,817 yang berarti hubungan antar variabel memiliki derajat hubungan yang sangat kuat
2. Kefisien korelasi antar variabel lokasi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah sebesar 0,817 hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antar lokasi dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Arah hubungan yang positif(tidak ada tanda negative pada angka 0,817) menunjukkan semakin tinggi lokasi dan kualitas produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian begitu juga sebaliknya

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Regresi linier berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.485	2.957		1.855	.068		
	Lokasi total	.206	.075	.222	2.736	.008	.789	1.268

	Kualitas_Total	.643	.076	.691	8.513	.000	.789	1.268
--	----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui nilai konstanta (a) dari penelitian ini sebesar 5,485. Disini juga diketahui nilai dari koefisien regresi dari lokasi (X1) sebesar 0,206 dan Kualitas produk (X2) sebesar 0,643.

$$Y = 5,485 + 0,206X_1 + 0,643X_2 + e$$

Uji t (Parsial)

Tabel 6. Uji t(parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.485	2.957		1.855	.068		
	Lokasi total	.206	.075	.222	2.736	.008	.789	1.268
	Kualitas Total	.643	.076	.691	8.513	.000	.789	1.268

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data primer diolah, 2025

Berikut ini adalah penjabaran dari uji t (secara parsial) , pengaruh variabel variabel independen terhadap variabel dependen:

1. diketahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian adalah nilai t hitung 2,736 > t tabel 1, 669, dengan nilai signifikansi 0,008 < 0,05, maka berdasarkan analisis pengaruh variabel ndependen lokasi terhadap variabel dependen keputusan pembelian berpengaruh positif, dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nila signifikansii kurang dari 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa H1 diterima
2. diketahui pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah nilai t hitung 8,513 > t tabel 1, 669, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka berdasarkan analisis pengaruh variabel ndependen kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian berpengaruh positif, dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nila signifikansii kurang dari 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa H2 diterima

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil uji F(simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614.466	2	307.233	64.262	.000 ^b
	Residual	305.981	64	4.781		
	Total	920.448	66			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Total, Lokasi_total

Sumber: data primer diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.16 diatas diperoleh nilai F hitung sebesar $64,262 > F$ tabel sebesar 3.99 dan hal ini diperkuat dengan signifikansi $0.000 < 0.005$, maka dengan demikian H3 diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.657	2.187	2.209
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Total, Lokasi_total					
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian					

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari tabel koefisien deteminasi diatas didapat bahwa nilai dari Adjusted R square adalah sebesar 0,657, hal ini menunjukkan presentase pengaruh variabel lokasi dan kualitas produk secara simultan mempunyai persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), variabel lokasi dan kualitas produk mampu menjelaskan sebesar 65,7% terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya 34,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki t hitung sebesar 2,736 lebih besar(>) dari pada t-tabel sebesar 1,669, serta nilai $\text{sig} = 0,008 < 0,05$, dan lokasi diketahui memiliki nilai koefisien sebesar 0,206. maka Hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Diketahui bahwa variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,206 setiap kenaikan satu satuan dari variabel lokasi.
2. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki t hitung sebesar 8,513 lebih besar(>) dari pada t-tabel sebesar 1,669, serta nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$, dan kualitas produk diketahui memiliki nilai koefisien sebesar 0,643. maka Hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Diketahui bahwa variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,643 setiap kenaikan satu satuan dari variabel kualitas produk.
3. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk memiliki nilai F hitung sebesar 64,262 lebih besar dari pada F tabel sebesar 3,14, serta nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$, maka Hipotesis diterima, dan dapat disimpulkan bahwa lokasi dan



keputusan pembelian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ayam broiler di PT Malindo. Diketahui bahwa variabel lokasi dan kualitas produk memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,657, maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk memiliki kontribusi sebesar 65,7% terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi dari Jurnal

- Aprileny, I., Inka Aprilia, & Jayanti. (2021). Pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *IKRAITH Ekonomika*, 3 (4), 243-252.
- Christian, Silvy, & Jopie, J. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di coffee shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA*, 10 (2), 51-62.
- Maryati, & M, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online time universe studio. *jurnal ekonomi dan bisnis*, 11 (1) 542-550.
- Rochma, F., & Dkk. (2024). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sambal gami jeet 81 porong. *Journal UNUSIDA*, 2 (1), 31-44.

Referensi dari Buku

- Amruddin, & Dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Referensi dari Internet

- Qotrun. (2021). *Desain Penelitian : pengertian, fungsi, klasifikasi dan bentuknya*. Retrieved November 22, 2024, from Gamedia: https://www.gamedia.com/literasi/desain_penelitian/#Pengertian_Desain_Penelitian