



Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan

Rahmi Nanda Sari^{1*}, Arina Sovia², O.P. Bismark³

^{1*23}Manajemen, STIE Widyaswara Indonesia, Indonesia

^{1*}rahminandasari8@gmail.com, ²sovia057@gmail.com, ³opbismark402@gmail.com

Corresponding Author

Nama Penulis : Rahmi Nanda Sari

E-mail : rahminandasari8@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat lokasi, kualitas produk, dan keputusan belanja serta menganalisis pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif dengan populasi konsumen Pujasera. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor rata-rata Lokasi sebesar 381,3 dengan TCR 76,26%, Kualitas Produk sebesar 377,62 dengan TCR 77,52% dan Keputusan Belanja sebesar 369,75 dengan TCR 75,125 yang artinya berada pada kategori baik. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,833 > t$ tabel 1,661. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai signifikan $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,468 > t$ tabel 1,661. Secara simultan lokasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $33,526 > F$ tabel 3,09.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Belanja.

Abstract

This study aims to describe the level of location, product quality, and shopping decisions and analyze the influence of location and product quality on shopping decisions at the Food Court in Muara Labuh, South Solok Regency. The method used is descriptive analysis and inductive analysis with the population of Food Court consumers. Data collection was carried out through a Likert scale questionnaire and analyzed using validity, reliability, t-test and F-test. The results of the study showed that the average score of Location was 381.3 with a TCR of 76.26%, Product Quality was 377.62 with a TCR of 77.52% and Shopping Decisions was 369.75 with a TCR of 75.125 which means it is in the good category. The results of the hypothesis test showed that location had a significant effect on shopping decisions with a significant value of $0.006 < 0.05$ and a calculated t value of $2.833 > t$ table 1.661. Product quality has a significant effect on shopping decisions with a significant value of $0.009 < 0.05$ and a calculated t value of $4.468 > t$ table 1.661. Simultaneously, location and product quality have a significant effect on shopping decisions with a significant value of $0.000 < 0.05$ and a calculated F value of $33.526 > F$ table 3.09.

Keywords: Location, Product Quality, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memahami berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan belanja. Keputusan belanja merupakan tahap akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu ketika konsumen menentukan pilihan untuk membeli suatu produk atau jasa setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan pembelian. Menurut (Kotler & Keller, 2016), keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari bauran pemasaran maupun karakteristik konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik minat konsumen, meningkatkan kepuasan, dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi daerah. Salah satu upaya pemerintah dalam mendukung pengembangan UMKM adalah penyediaan kawasan Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) sebagai sentra usaha kuliner. Pujasera tidak hanya berfungsi sebagai lokasi berdagang, tetapi juga menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM. Pujasera Muara Labuh di Kabupaten Solok Selatan merupakan salah satu fasilitas yang disediakan pemerintah daerah dengan lokasi yang strategis, mudah dijangkau masyarakat, serta didukung berbagai fasilitas umum tanpa dikenakan biaya sewa kepada pedagang.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, kondisi Pujasera Muara Labuh menunjukkan adanya penurunan aktivitas usaha. Berdasarkan data Dinas Perdagangan Kabupaten Solok Selatan, pada tahun 2023 terdapat 49 pedagang yang aktif beroperasi. Namun, pada tahun 2024 jumlah tersebut menurun secara signifikan sehingga hanya 12 pedagang yang masih aktif, 12 pedagang tidak aktif, dan 25 pedagang memilih keluar dari kawasan Pujasera (Dinas Perdagangan Kabupaten Solok Selatan, 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberadaan fasilitas yang memadai belum sepenuhnya mampu meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja maupun menjaga keberlangsungan usaha para pedagang.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan belanja konsumen adalah lokasi usaha. Menurut (Tjiptono, 2019), lokasi merupakan tempat perusahaan menjalankan aktivitas usaha yang harus mempertimbangkan kemudahan akses, visibilitas, arus lalu lintas, lingkungan, serta kedekatan dengan konsumen sasaran. Lokasi yang strategis dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengunjungi tempat usaha sehingga berpotensi meningkatkan keputusan pembelian. Namun, hasil observasi di Pujasera Muara Labuh menunjukkan bahwa meskipun secara geografis berada pada lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, arus pengunjung belum tersebar secara merata. Sebagian besar konsumen hanya memadati area tertentu, sedangkan bagian tengah Pujasera relatif sepi sehingga berdampak pada rendahnya tingkat penjualan beberapa pedagang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa lokasi yang strategis saja belum tentu mampu meningkatkan keputusan belanja apabila tata letak kawasan dan distribusi arus pengunjung belum dikelola secara optimal.

Selain lokasi, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan belanja konsumen. (Decrisent et al., 2025; Ernawati et al., 2025; Kotler, P., & Keller, 2021) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta karakteristik lain yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Semakin baik kualitas produk yang diterima konsumen, semakin besar peluang konsumen untuk melakukan pembelian maupun pembelian ulang. Pada usaha kuliner, kualitas produk tercermin dari cita rasa, kebersihan, kesegaran bahan baku, penyajian, serta variasi menu yang ditawarkan. Berdasarkan hasil observasi, masih terdapat pedagang yang menawarkan variasi menu terbatas sehingga berpotensi menimbulkan kejenuhan konsumen dan mengurangi minat untuk kembali berbelanja.

Secara teoritis, teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap atribut produk dan lingkungan tempat pembelian. Lokasi yang mudah diakses akan menurunkan biaya dan waktu yang dikeluarkan konsumen, sedangkan kualitas produk yang

baik akan meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*) dan kepuasan konsumen. Kombinasi kedua faktor tersebut akan mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, sebagian besar penelitian dilakukan pada toko ritel modern, restoran, rumah makan, maupun pusat perbelanjaan. Penelitian yang mengkaji kawasan Pujasera sebagai sentra UMKM kuliner yang dikelola pemerintah daerah masih relatif terbatas. Perbedaan karakteristik kawasan Pujasera, terutama terkait pengelolaan fasilitas, tata letak pedagang, dan pola kunjungan konsumen, menjadi celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Tabel 1
Data Pedagang Pujasera RTH di Muara Labuh
Kabupaten Solok Selatan 2023/2024

Tahun	Aktif	Tidak Aktif	Keluar
2023	49	0	0
2024	12	12	25

Sumber : Kabid Perdagangan dan Pemasaran Kabupaten Solok Selatan, 2024

Berdasarkan fenomena empiris, landasan teori, dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan belanja konsumen pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen pada sentra UMKM, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan pelaku UMKM dalam menyusun strategi pengelolaan Pujasera yang mampu meningkatkan daya tarik kawasan, daya saing pedagang, dan keputusan belanja konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian dilaksanakan di Pujasera Muara Labuh, Kabupaten Solok Selatan, dengan tujuan menganalisis pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan belanja konsumen. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Pujasera Muara Labuh. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden.

HIPOTESIS

- H01 : Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.
- Ha1 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.
- H02 : Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.
- Ha2 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.
- H03 : Lokasi dan Kualitas Produk bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.
- Ha3 : Lokasi dan Kualitas Produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Data dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai sig. < 0,05, begitupun sebaliknya. Nilai r tabel dengan taraf sig. = 0,05 serta $df - 2 = 100 - 2 = 98$ sebesar 0,361

Tabel 2
Uji Validitas Lokasi

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2*tailed)	Keterangan
X1.1	0.516	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.2	0.434	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.3	0.703	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.4	0.661	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.5	0.594	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.6	0.494	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.7	0.557	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.8	0.554	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.9	0.441	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.10	0.664	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji validitas variabel lokasi menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 10 item pernyataan. Hal ini menunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. ini berarti bahwa 10 item pernyataan dalam penelitian ini mampu mengukur apa yang dimaksud kuesioner tersebut.

Tabel 3
Uji Validitas Kualitas Produk

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2*tailed)	Keterangan
X2.1	0.516	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.2	0.418	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.3	0.542	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.4	0.540	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.5	0.455	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.6	0.398	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.7	0.664	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.8	0.641	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji validitas variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 8 item pernyataan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan dalam penelitian ini dapat secara efektif mengukur aspek yang dimaksudkan dalam kuesioner tersebut.

Tabel 4
Uji Validitas Keputusan Belanja

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2*tailed)	Keterangan
Y.1	0.729	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.2	0.656	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.3	0.700	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.4	0.732	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.5	0.469	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.6	0.717	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.7	0.721	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.8	0.815	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji validitas untuk variabel keputusan belanja menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 8 item pernyataan, dengan nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel sebesar 0.361. ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan ini mampu mengukur aspek yang dimaksudkan dalam kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2021) apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60, maka kuesioner dinyatakan reliabel.

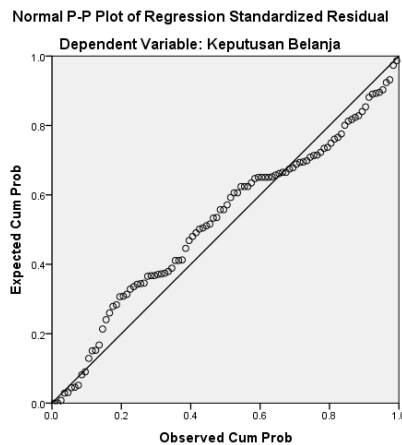
Tabel 5
Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbac's Alpha</i>	Keterangan
1.	Lokasi	0.739	Reliable
2.	Kualitas Produk	0.717	Reliable
3.	Keputusan Belanja	0.769	Reliable

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's alpha* untuk kuesioner variabel lokasi adalah 0.739, untuk variabel kualitas produk 0.717 dan untuk variabel Keputusan Belanja 0.769. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner ini adalah reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* semuanya lebih besar dari 0.60. Hal ini menunjukan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten, yang berarti jika pernyataan tersebut diajukan kembali, akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Uji Normalitas

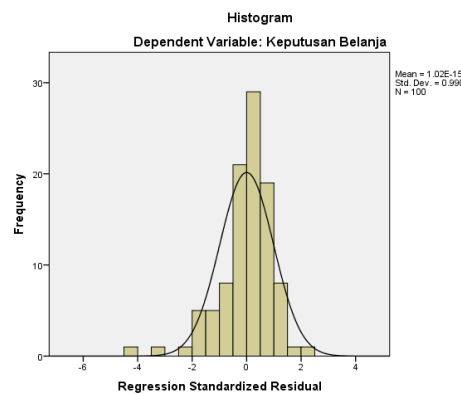


Sumber: Hasil Olahan data SPSS 24

Gambar 1.1

Histogram

Berdasarkan *output* histogram terlihat bahwa data membentuk kurva seperti lonceng yang simetris. Nilai mean sebesar $-1.02E-15$ (mendekati nol) dan standar deviasi 0.990, menunjukkan karakteristik distribusi normal yang baik dengan jumlah sampel 100.



Sumber : Hasil Olah data SPSS 24

Gambar 1.2

Grafik Normal P-P Plots

Pada kurva Normal P-P Plot, titik-titik data tersebar rapat dan mengikuti garis diagonal dengan baik. Garis diagonal ini menunjukkan distribusi normal yang sempurna. Karena semua titik berada dekat dengan garis tersebut, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 6

Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	0.115	100	0.002	0.924	100	0.000

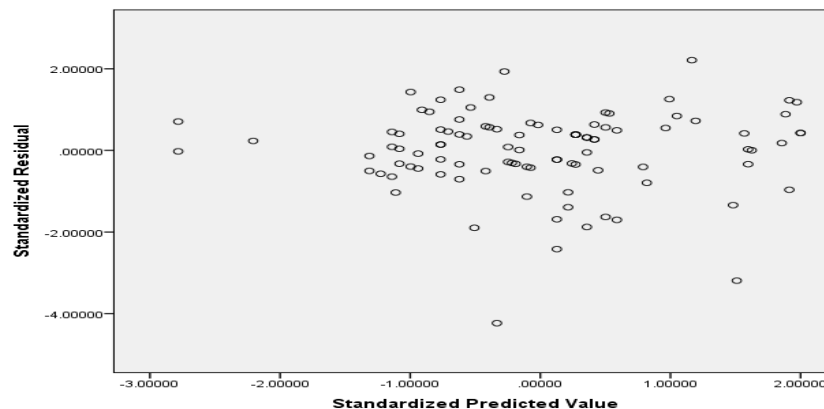
a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan pada uji *Shapiro-Wilk* adalah $0.000 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan pada uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,002 dan nilai signifikan pada uji *Shapiro-Wilk* sebesar 0,000. Kedua nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0,05.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, karena nilai $\text{sig} < 0.05$. namun ukuran sampel pada penelitian ini sebesar 100 ($n \geq 30$) sehingga berdasarkan teori *Central limit Thorem* pelanggaran normalitas residual tidak menjadi masalah dalam regresi (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : hasil olah data SPSS 24

Gambar 3

Scatterplot

Dari Gambar 3 dapat dilihat pada *Scatter* menunjukkan bahwa titi-titik menyebar secara acak di sekitar garis horizontal dan tidak membentuk pola tertentu seperti pola mengerucut atau melengkung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 7

Uji Heteroskedastisitas Glejser

<i>Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constan)	-1.456	2.510		-0.580	0.563
	Lokasi	0.016	0.077	0.026	0.209	0.835
	Kualitas Produk	0.089	0.078	0.141	1.130	0.261

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dari Tabel 7 yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,835 dan untuk variabel kualitas produk sebesar 0,261. Kedua nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, karena secara statistik, variabel

independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai *residual absolut (ABS-RES)*. Dengan kata lain, penyebaran data residual bersifat homogen (konsisten) di seluruh tingkat variabel independen, sehingga model regresi yang digunakan dapat dikatakan memenuhi asumsi klasik homoskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	0.643	1.555
	X2	0.643	1.555
a. Dependent Variable: Keputusan Belanja			

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dari Tabel 8, menjelaskan nilai *Tolerance* untuk variabel X1 dan X2 adalah 0,647, sedangkan nilai *variance inflation facto (VIF)* masing-masing sebesar 1,555. Karena nilai *Tolerance* masih diatas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwatidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi ini.

Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 9
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	0.409	0.397	2.73607
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi				

Sumber : data diolah peneliti, 2025

Hasil uji R^2 memper oleh data R^2 0,409, Atau 40,9%. Hasil koefisien determinan ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian sudah cukup baik dalam menjelaskan variasi keputusan belanja sebesar 40,9%. Nilai R^2 sebesar 0,409 mengindikasikan bahwa setengah dari pengaruh keputusan belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan dapat dijelaskan oleh dua variabel utama yaitu lokasi dan kualitas produk.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 10
Uji Parsial (t-test)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.354	3.718		0.364	0.717
	Lokasi	0.324	0.115	0.276	2.833	0.006
	Kualitas Produk	0.519	0.116	0.435	4.468	0.000

a. *Dependent Variable*: Keputusan Belanja

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1.10 dapat diketahui nilai t hitung lokasi sebesar $2,833 > t$ tabel $1,661$. t hitung $> t$ tabel dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung kualitas produk $4,468 > t$ tabel $1,661$, dengan demikian t hitung $> t$ tabel dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima,

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 11

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501.961	2	250.980	33.526	0.000 ^b
	Residual	726.149	97	7.486		
	Total	1228.110	99			
a. <i>Dependent Variable</i> : Keputusan Belanja						
b. <i>Predictors</i> : (Constant), Kualitas Produk, Lokasi						

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1.11 hasil uji F, dapat diketahui nilai F hitung $33,526 > F$ tabel $3,09$. Dengan demikian F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 Ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan belanja pada Pujasera Muara Labuh Solok Selatan

Berdasarkan hasil uji statistik, t hitung sebesar $2,833 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikan $0,006 < 0,05$. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan kecil dari $0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.

Lokasi yang relative strategis dan mudah dijangkau seharusnya mampu menarik konsumen untuk berkunjung. Namun, kondisi tata letak Pujasera yang belum optimal menyebabkan arus pengunjung tidak merata, sehingga berdampak pada rendahnya keputusan belanja di beberapa area Pujasera Muara Labuh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rianto, 2020) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya)” yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga lokasi menjadi salah satu faktor penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan belanja pada Pujasera Muara Labuh Solok Selatan

Berdasarkan hasil uji statistik, t hitung $4,468 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan kecil dari $0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.

Meskipun kualitas produk dinilai baik, kurangnya inovasi dan variasi produk menyebabkan konsumen kurang tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini, menunjukkan bahwa kualitas produk perlu ditingkatkan tidak hanya dari segi rasa, tetapi juga dari segi tampilan, variasi, dan pembaruan menu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Yogi Suari MT, 2019) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian” yang menyatakan

bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula minat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, karena konsumen cenderung memilih produk yang mampu memberikan manfaat, daya tahan, dan kepuasan sesuai harapan mereka.

3. Pengaruh lokasi dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan belanja pada Pujasera Muara Labuh Solok Selatan

Berdasarkan hasil uji F, dapat diketahui nilai uji F hitung sebesar $33,526 > F$ tabel 3,09 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja pada Pujasera di Muara Labuh Kabupaten Solok Selatan.

Namun, pengaruh tersebut belum optimal dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan keberlangsungan pedagang di Pujasera Muara Labuh. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan tata kelola serta peningkatan kualitas dan inovasi produk agar keputusan belanja konsumen dapat meningkat secara nyata.

Menurut (Prior, 2021) keputusan belanja adalah sebagai pemilihan akhir dari suatu proporsi nilai dan komitmen terhadap penerimaan, integrasi, dan penggunaan produk atau jasa tertentu. Dalam hal ini, lokasi dan kualitas produk merupakan faktor eksternal yang mampu menarik perhatian dan minat konsumen. Keputusan belanja sendiri merupakan bagian dari proses psikologis sebelum seseorang benar-benar menentukan untuk membeli, sehingga bias menjadi insiktor penting apakah suatu produk akan laku di pasaran atau tidak.

Oleh karenanya, menentukan lokasi sangat penting dan semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin besar pula peluang meningkatkan keputusan belanja masyarakat di Pujasera Muara Labuh Solok Selatan.

KESIMPULAN

Dari hasil uji t didapatkan bahwa Lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai t hitung $2,833 > t$ tabel 1,661 dan signifikan $0,006 < 0,05$. Hasil t hitung kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai t hitung $4,468 > t$ tabel 1,661 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan lokasi (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja dengan nilai F hitung $33,526 > F$ tabel 3,09 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan belanja konsumen pada Pujasera di Muara Labuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Decrisent, K. M., Bismark, I. A., Putra, M. A., Wandura, N., & Septaria, V. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET RIZKYMART 2 DI KABUPATEN SOLOK SELATAN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Widwaswara Indonesia*, 1(2), 66–74.
- Ernawati, Y., Bismark, O. P., Putra, M. A., & Bismark, I. A. (2025). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) AQUA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Widwaswara Indonesia*, 1(3), 96–104.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13). Kelompok Gramedia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (6/E). Baski, Essex: Pearson Education Limited.
- Prior. (2021). *Customer value proposition and purchase decision*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Riyanto. 2020. *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.

- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Bisma: Jurnal Manajemen.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.