

THE INFLUENCE OF BUSINESS LOCATION AND PRICING ON PURCHASE INTEREST AT A&A CELL CREDIT COUNTER BUSINESS IN MAKASSAR CITY STORE IN MAKASSAR

PENGARUH LOKASI USAHA DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KONTER PULSA A&A CELL DI KOTA MAKASSAR

¹Tria Haryuni Dammar✉

triadammar@gmail.com

Manajemen, Stie Amkop Makassar

Abstract

This study aims to determine the influence of business location and pricing on purchase interest at A&A Cell Credit Counter in Makassar City. The research employed a quantitative approach with an associative design. The population consisted of 67 individuals, while the sample included 67 respondents selected through simple random sampling. Primary data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software.

The results revealed that business location has a positive and significant effect on purchase interest. Pricing was also found to have a positive and significant effect on purchase interest. Simultaneously, business location and pricing strongly influence consumers' purchase interest. These findings emphasize that the combination of a strategic location and competitive pricing is a key factor for A&A Cell in enhancing customer attraction and loyalty amidst the intense competition in the mobile credit counter business in Makassar City.

Keywords: Business Location, Pricing, Purchase Interest.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan penetapan harga terhadap minat beli pada usaha Konter Pulsa A&A Cell di Kota Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 67 orang, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 67 responden melalui teknik simple random sampling. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penetapan harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara simultan, lokasi usaha dan penetapan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara lokasi strategis dan harga yang kompetitif menjadi faktor kunci bagi A&A Cell dalam meningkatkan daya tarik dan loyalitas konsumen di tengah persaingan usaha konter pulsa di Kota Makassar.

Kata Kunci: Lokasi Usaha, Penetapan Harga, Minat Beli

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan akses informasi dan komunikasi yang mudah serta cepat. Kemajuan ini turut mendorong pertumbuhan industri telekomunikasi, termasuk usaha konter pulsa dan aksesoris ponsel yang menjamur di berbagai kota besar, termasuk Kota



Makassar. Konter telekomunikasi tidak hanya menjadi tempat penjualan pulsa dan kartu perdana, tetapi juga berkembang menjadi pusat layanan berbagai produk digital, seperti paket data, aksesoris ponsel, hingga jasa servis perangkat seluler. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki prospek bisnis yang menjanjikan.

Dalam bisnis ritel seperti usaha konter, dua faktor utama yang sering kali menentukan minat beli pada suatu usaha adalah lokasi usaha dan penetapan harga. Pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh terhadap visibilitas usaha, aksesibilitas pelanggan, serta daya tarik konter dibandingkan dengan kompetitor. Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi suatu usaha, baik dari sisi finansial maupun nonfinansial. Misalnya, dapat memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada konsumen, serta kemudahan untuk memperoleh alat penunjang seperti sarana dan prasarana, termasuk transportasi yang mempermudah akses bahan baku dalam jumlah dan waktu yang telah diperhitungkan (Subakti et al., 2023). Oleh karena itu, pemilihan lokasi menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan daya saing mereka.

Selain lokasi, penetapan harga juga memainkan peran penting dalam menarik pembeli dan menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang maksimal. Oleh karena itu, penetapan harga jual merupakan keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pembeli (Subakti et al., 2023). Dalam praktiknya, terdapat beberapa strategi penetapan harga yang umum digunakan, seperti *skimming price* (menetapkan harga tinggi dalam waktu tertentu sebelum akhirnya turun), *penetration price* (menetapkan harga rendah untuk menarik pelanggan), dan *price lining* (menetapkan beberapa tingkat harga untuk menyederhanakan pilihan bagi konsumen dan mengurangi persediaan minimum yang diperlukan. (Aditya et al., 2022).

Deviyanti et al., (2022) dalam (Ubaydillah et al., 2023) menyatakan bahwa harga merupakan tindakan meyakinkan calon konsumen dan pelanggan yang bertujuan untuk mempengaruhi mereka untuk membeli suatu produk atau

layanan jasa. Harga yang tepat juga dapat memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap suatu produk sehingga konsumen tidak kaget ragu untuk membelinya. Untuk menarik konsumen agar tertarik masuk dan membeli maka hal yang harus diperhatikan adalah lokasi. Dalam pandangan Budianto & Meirisa, (2023) Lokasi yang mudah dijangkau dan akses yang nyaman menjadi faktor penting bagi konsumen saat menentukan untuk membeli. Pemilihan lokasi yang tepat perlu mempertimbangkan beberapa hal, seperti akses untuk kendaraan umum, mudah terlihat, dan mudah ditemukan, sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi suatu keharusan bagi setiap bisnis. Lokasi yang kurang sesuai dapat menghambat daya saing dan berpotensi menimbulkan kerugian.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Konter A&A Cell Jalan Abd. Dg. Sirua No. 78. Usaha ini bergerak pada bidang jasa dan barang yang memiliki konsumen yang cukup tinggi. Tentunya dengan demikian perusahaan pasti memikirkan pengaruh lokasi usaha dan penetapan harga terhadap minat beli pada usaha konter pulsa A&A Cell di Kota Makassar. Waktu penelitian satu bulan pada bulan Mei.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban pemecahan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu penelitian ini telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Metode analisis data kuantitatif merupakan metode yang membantu menggambarkan, menunjukkan atau meringkas data dengan cara yang konstruktif yang mengacu pada gambaran statistik yang membantu memahami detail data yang meringkas dan menemukan pola dari sampel data tertentu. Melalui sampel, peneliti akan memperoleh angka absolut yang tidak selalu menjelaskan motif atau alasan dibalik angka-angka tersebut. Itu sebabnya diperlukan metode inferensial untuk analisa lebih lanjut

Subjek Penelitian

Informan dipilih secara purposive dengan kriteria memiliki pengetahuan mendalam tentang pengukuran kinerja rumah sakit dari aspek finansial dan non-finansial. Informan terdiri atas informan kunci (pihak yang mengetahui masalah secara mendalam), informan utama (yang terlibat langsung), dan informan tambahan (yang memberi informasi pendukung).

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung, serta data sekunder berupa jurnal, dokumen resmi, dan literatur terkait.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui survei lapangan, wawancara, penelitian literatur, studi dokumentasi, dan pencarian internet. Kombinasi berbagai metode ini memastikan validitas data yang diperoleh.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan model analisis interaktif, meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data menyaring informasi relevan, sementara tahap penyajian data membahas hasil secara deskriptif dan evaluatif. Kesimpulan diambil dengan mengacu pada teori dan temuan, serta mengevaluasi bagaimana minat beli Pada Usaha Konter Pulsa A&A Cell.

Pengujian Keabsahan Data

Triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data melalui perbandingan metode, sumber data, dan teori. Teknik ini membantu mengurangi bias dan meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAAN

Hasil

a. Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang disusun mampu mengukur indikator yang hendak diukur atau dianalisis dengan

cara menggunakan alat ukur. Pengujian validitas ini menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel

| Variabel | Indikator | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----------------------------------|-----------|----------|---------|------------|
| Stakasi (X ₁) | X1.1 | 0,795 | 0,240 | Valid |
| | X1.2 | 0,846 | 0,240 | Valid |
| | X1.3 | 0,812 | 0,240 | Valid |
| Penetapan Harga (X ₂) | X2.1 | 0,733 | 0,240 | Valid |
| | X2.2 | 0,830 | 0,240 | Valid |
| | X2.3 | 0,696 | 0,240 | Valid |
| Minat Beli (Y) | Y1 | 0,776 | 0,240 | Valid |
| | Y2 | 0,772 | 0,240 | Valid |
| | Y3 | 0,775 | 0,240 | Valid |

Sumber : Data IBM SPSS statistics 25, 2025.

Dari tabel di atas menunjukkan setiap item pernyataan valid pada variabel Strategi Lokasi dan Penetapan Harga terhadap Minat Beli, dengan diperoleh nilai rhitung > nilai rtabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam variabel tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

| Variabel | Nilai <i>cronbach's alpha</i> | Nilai standar <i>cronbach's alpha</i> | Keterangan |
|-----------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-----------------|
| Stategi Lokasi (X ₁) | 0,750 | 0,60 | <i>Reliable</i> |
| Penetapan Harga (X ₂) | 0,623 | | <i>Reliable</i> |
| Minat Beli (Y) | 0,664 | | <i>Reliable</i> |

Sumber : Data IBM SPSS statistics 25, 2025.

Dari tabel uji reliabilitas data di atas, diketahui nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari standar *cronbach's alpha* yaitu 0,60. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan *reliable* sehingga data dapat diujikan pada tahap analisis selanjutnya.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | -,335 | ,400 | | ,837 |
| | | | | | ,406 |



| | | | | | | |
|--|-----------------|------|------|------|--------|------|
| | Lokasi Usaha | ,192 | ,053 | ,224 | 3,646 | ,001 |
| | Penetapan Harga | ,831 | ,067 | ,767 | 12,473 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data IBM SPSS statistics 25, 2025.

Dari tabel koefisien regresi tersebut di atas, hasil analisis yang tersedia kemudian disusun kedalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = - 0,335 + 0,192 + 0,831 + e$$

Artinya :

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar - 0,335 maka bisa diartikan jika variabel independent bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai - 0,335.
- Nilai koefisien regresi variabel X_1 bernilai positif sebesar 0,192, jika variabel X_1 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitupun sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi variabel X_2 bernilai positif sebesar 0,572, jika variabel X_2 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitupun sebaliknya.

d. Uji Hipotesis

Tabel 4 Hasil uji secara parsial (Uji T)

| Variabel | T hitung | T tabel | Signifikansi |
|---------------------------|----------|---------|--------------|
| Lokasi Usaha (X_1) | 3,646 | 1,66901 | 0,001 |
| Penetapan Harga (X_2) | 12,473 | | 0,000 |

Sumber : Data IBM SPSS statistics 25, 2025.

- Hasil uji hipotesis dengan nilai t_{hitung} pada variabel lokasi usaha (X_1) adalah 3,646 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai t_{hitung} 3,646 > nilai t_{table} 1,66901 dan tingkat signifikansi 0,001 < probabilitas signifikansi $\alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel lokasi usaha (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).
- Hasil uji hipotesis dengan nilai t_{hitung} pada variabel penetapan harga (X_2) adalah 12,473 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t_{hitung} 12,473 < nilai t_{table} 1,66901 dan

tingkat signifikansi $0,000 < \text{probabilitas signifikansi } \alpha = 0,05$ maka secara parsial variabel penetapan harga (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Pada Usaha Konter Pulsa A&A Cell Di Kota Makassar

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel lokasi usaha menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada usaha konter pulsa A&A Cell di Kota Makassar. Hal ini berarti semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi usaha, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen. Dengan demikian, lokasi usaha menjadi faktor penting yang dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Konter Pulsa A&A Cell Di Kota Makassar

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel penetapan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada usaha konter pulsa A&A Cell di Kota Makassar. Artinya, semakin tepat strategi penetapan harga yang diterapkan, maka semakin besar pula minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, harga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Usaha dan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Konter Pulsa A&A Cell Di Kota Makassar

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Lokasi usaha dan penetapan harga terbukti secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada usaha konter pulsa A&A Cell di Kota Makassar. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Oleh karenanya, hipotesis lokasi usaha dan penetapan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dapat diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:



1. Lokasi usaha A&A Cell terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Faktor aksesibilitas, visibilitas, dan traffic lalu lintas menjadikan konter mudah dijangkau, terlihat jelas, serta ramai dilalui konsumen, sehingga meningkatkan peluang pembelian. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang strategis bukan sekadar tempat berdirinya usaha, melainkan strategi penting yang mendukung daya tarik dan keberlangsungan bisnis.
2. Penetapan harga yang diterapkan A&A Cell terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Harga yang terjangkau, sesuai dengan manfaat produk, serta memiliki daya saing membuat konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang. Strategi harga yang tepat tidak hanya menarik konsumen baru tetapi juga menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha yang ketat.
3. Lokasi usaha dan penetapan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Sinergi antara lokasi yang strategis dengan harga yang kompetitif mendorong konsumen untuk datang sekaligus melakukan pembelian. Kombinasi kedua faktor ini menjadikan A&A Cell mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan konter pulsa di Kota Makassar.

Saran

1. A&A Cell disarankan untuk terus memanfaatkan keunggulan lokasi strategis dengan meningkatkan kenyamanan konsumen, seperti penyediaan area parkir yang memadai serta memperhatikan kualitas pelayanan saat jumlah pengunjung meningkat. Hal ini penting agar konsumen merasa lebih puas dan loyal terhadap usaha.
2. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan variabel selain lokasi dan harga, misalnya menambahkan aspek promosi, kualitas pelayanan, maupun kepercayaan konsumen, sehingga hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, G., Ristanto, H., Kusmanto, & Rubiyati. (2022). Jurnal Bingkai Ekonomi. Jurnal Bingkai Ekonomi, 1–8.



Subakti, B., Efrina, L., Akbar, E. E., Usaha, L., Jual, H., Produk, K., & Pembeli, K. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(01), 3–08.

Ubaydillah, A., Widarko, A., & Sarawati, E. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Rocket Chicken, Tlogomas Kota Malang. 14(01), 641–649.