

**PENGARUH PRODUK, LOKASI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO MITRA BANGUNAN DI KECAMATAN SEPAUK
KABUPATEN SINTANG**

SKRIPSI

OLEH:

**FHANI FHAHRI HUSSYAINI
NIM : 171310573**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2022**

**PENGARUH PRODUK, LOKASI, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO MITRA BANGUNAN DI KECAMATAN SEPAUK
KABUPATEN SINTANG**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

FHANI FHAHRI HUSSYAINI

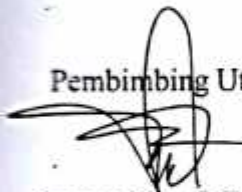
... NIM : 171310573

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 5 April 2022**

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama



Samsuddin, S.E., M.Si
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



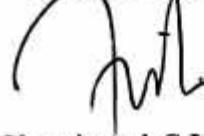
Dr. H. Helman Fachri, S.E., M.M
NIDN. 1107066101

Pembimbing Pembantu



Sumivati, S.E., M.M
NIDN. 1125117801

Penguji Pembantu



Fita Kurniasari, S.M.B, M.A.B
NIDN. 1104079002

Pontianak, 5 April 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
DEKAN**



Dedi Hariyanto, S.E., M.M
NIDN. 1113117702

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang”.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada ayah dan ibu peneliti yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian baik moril maupun materiil. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada pemilik Toko Mitra Bangunan dan seluruh pegawainya yang bersedia menyediakan waktu dan tempat untuk peneliti melakukan penelitian.

Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T., M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Samsuddin, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Ibu Sumiyati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah bersedia memberikan petunjuk dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
6. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil dan juga yang selalu mendoakan setiap langkah peneliti.
7. Sahabat peneliti yaitu Andika Pratama, Ferri Irawan, Rudiyanah, Almarhum Dandi dan teman-teman RAJA MUDA yang membantu, menyemangati, dan selalu memotivasi dalam penulisan skripsi ini.
8. Sahabat selama perkuliahan Ambo Anas, Rama Yupani, Iwan Siswanto, Kartika Maharani, Jeny Silfi, Sarah Pramita, Novia, Anggi Witri, Titin Salasiah, Ayu Kepri, Cece yang telah banyak mendukung, menyemangati dan mendoakan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat di kontrakan Ary Ferdian, Nasrul Huda dan Tommy yang selalu menemani saat revisian.
10. Bang Untung yang telah banyak memberikan ilmu dan saran.
11. Teman perkopian Dodok, Gusmi, Junny, Hiyun, Ramadan, Edo (babe), Fizi, Ipal, Alex, Om Dodi, Arik, Candra, Yopi, Septian Wahyudi, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungan dan semangat dari kalian semua.
12. Rekan mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 khususnya Kelas 08 yang memberikan dukungan selama ini.

13. Teman-teman KKU Sepauk, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.
14. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentunya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Pontianak, Desember 2021

Fhani Fhahri Hussyaini
NIM: 171310573

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Sepauk. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli bahan bangunan di Toko Mitra Bangunan, dengan sampel berjumlah 50 responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2), uji pengaruh simultan (uji F), uji pengaruh parsial (uji t).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y = 0,563 + 0,219X_1 + 0,358X_2 + 0,300X_3$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,768, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk (X_1), lokasi (X_2), dan harga (X_3) dengan variabel keputusan pembelian (Y) adalah kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,590, berarti bahwa kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 59,00%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,00% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan. Hasil uji pengaruh parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan, dan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

Kata Kunci: Produk, Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian, Toko Mitra Bangunan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Metode Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	23
B. Produk	23
C. Tempat/Lokasi/Distribusi.....	26
D. Harga	28
E. Keputusan Pembelian.....	30
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil Singkat Perusahaan	33
B. Struktur Organisasi	33
C. Aspek Sumber Daya Manusia.....	35
D. Aspek Pemasaran	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	37
B. Analisis Data	40
1. Uji Instrumen.....	40
2. Uji Asumsi Klasik	44

3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4. Koefisien Korelasi (R).....	49
5. Koefisien Determinasi (R^2)	49
6. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	50
7. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Toko Bangunan Di Kecamatan Sepauk	2
Tabel 1.2	Harga Berdasarkan jenis Produk	2
Tabel 1.3	Jumlah Penjualan	5
Tabel 1.4	Alternatif Jawaban Responden	15
Tabel 1.5	Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan	19
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerja.....	39
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bula.....	39
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	40
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1).....	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2).....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel.4.12	Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas.....	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.15	Hasil Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.17	Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	50
Tabel 4.18	Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 3.1	Struktur organisasi	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	56
Lampiran 2	Identitas Responden	61
Lampiran 3	Rekapitulasi dan Tabulasi Data Responden.....	64
Lampiran 4	Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS.....	74
Lampiran 5	Data Penjualan.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan akan rumah atau tempat tinggal. Seseorang membutuhkan rumah sebagai tempat berlindung bagi dirinya dan juga keluarganya. Kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan cara membeli rumah atau perumahan yang sudah siap huni atau membangun rumah yang disesuaikan dengan keinginan dari pemiliknya. Bagi yang ingin membangun rumah tentu saja membutuhkan bahan atau material bangunan supaya rumah yang diimpi-impikan bisa dibangun. Selain untuk membangun rumah pribadi, bahan bangunan ini juga dibutuhkan untuk menunjang pembangunan di suatu wilayah atau daerah tertentu. Semakin banyak kebutuhan akan bahan bangunan maka akan menjadi peluang usaha yang menjanjikan untuk dijalani.

Sintang adalah salah satu kabupaten yang ada di Kalimantan Barat. Saat ini Kota Sintang sedang dalam tahap pembangunan, baik pembangunan kota maupun jalan, untuk menyongsong pemekaran wilayah yaitu Kapuas Raya yang beribukotakan Kota Sintang.

Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Sintang adalah Kecamatan Sepauk. Kecamatan Sepauk merupakan kecamatan terbesar di Kabupaten Sintang. Kecamatan Sepauk berjarak sekitar 30 menit dari Kota Sintang. Di Kecamatan Sepauk terdapat beberapa usaha penjualan bahan bangunan. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa terdapat

enam toko yang menjual bahan bangunan di Kecamatan Sepauk, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Toko Bangunan di Kecamatan Sepauk
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Sintang
Tahun 2022

No	Nama Toko	Alamat
1	Heri Kuswanto	Jl. Aji Melayu, Dusun Batu Belian, Desa Tanjung Ria, Kecamatan sepauk
2	Tanjung Indah	Jl. Aji Melayu, Desa Tanjung Ria, Kecamatan sepauk
3	Sumber Harapan Baru	Jl. Aji Melayu, Dusun Lengkong Manah, Desa Tanjung Ria, Kecamatan sepauk

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sintang, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan toko-toko yang menjual bahan bangunan di Kecamatan Sepauk, salah satunya adalah Toko Mitra Bangunan. Toko Mitra Bangunan beralamat di Jl. Sintang-Pontianak (di Sintang lebih dikenal dengan Desa Paoh Benua).

Toko Mitra Bangunan didirikan pada tanggal 21 Mei 2011 oleh Bapak Bon On Siong atau sering dipanggil Suparjo Aon. Toko Mitra Bangunan merupakan toko bangunan ke dua yang didirikan oleh Pak Suparjo Aon. Toko pertama bernama Toko Bintang Teknik, yang berada di Desa Tanjung Ria, Kecamatan Sepauk. Toko Mitra Bangunan menyediakan bahan bangunan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Toko Mitra Bangunan
Harga Berdasarkan Jenis Produk
Tahun 2022

No	Jenis Produk	Satuan	Harga (Rp)
1	Semen	Sak	75.000-78.000
2	Triplek 3-9 mililiter	Lembar	53.000-173.000
3	Besi Beton 3-12 mililiter	Batang	32.000-34.000
4	GRC Boot	Lembar	76.000
5	Gypsum	Lembar	68.000
6	Poliwud warna	Lembar	132.000
7	Seng	Lembar	43.000-48.000
8	Batako 15,30 cm	Buah	1.700
9	Pipa Pipo 1,5-4 inci	Batang	21.000-215.000
10	Tong Penguin 1000 Liter	Buah	1.450.000
11	Kawat	Gulung	115.000-235.000
12	Paku 1,5-6 inci	Kotak	195.000-210.000
13	Baut 10-25 centimeter	Batang	3.000-15.000
14	Kloset wc	Buah	180.000
15	Bak Sudut wc	Buah	275.000
16	Pintu wc	Buah	280.000
17	Keramik	Kotak	68.000-70.000
18	Waring (jaring)	Gulung	190.000
19	Cat	Kaleng	10.000-200.000
20	Tiner	Kaleng	25.000-95.000
21	Roster	Buah	62.000
22	Kuku Keramik	Kotak	90.000
23	Listelo Keramik	Buah	5.000
24	Oker Keramik	Bungkus	10.000
25	Impra Propam	Kaleng	6.000
26	Gerobak	Buah	550.000
27	Gergaji	Buah	18.000-127.000
28	Komponen Gerobak	Buah	10.000-40.000
29	Palu	Buah	45.000-48.000
30	Pahat 1,4-1,5 inci	Buah	25.000
31	Meteran	Buah	15.000-90.000
32	Pengki	Buah	15.000-20.000
33	Sekop Pasir	Buah	60.000
34	Ember Cor	Buah	8.000
35	Katrol	Buah	25.000
36	Cangkul	Buah	40.000
37	Nilon	Gulung	25.000
38	Alat Tukang Listrik	Buah	319.000-830.000
39	Kuas	Buah	10.000-25.000
40	Selang	Gulung	200.000-280.000
41	Amplas	Lembar	3.000-10.000
42	Tapak Amplas Bulat	Buah	2.000
43	Dempul	Kaleng	20.000
44	Paku	Kilogram	13.000-195.000
45	Scrup	Kotak	4.000-70.000

Tabel 1.2
(Lanjutan)
Toko Mitra Bangunan
Harga Berdasarkan Jenis Produk
Tahun 2022

46	Kunci Rumah	Buah	35.000-125.000
47	Tepung Dempul	Karung	130.000
48	Fischer	Kotak	10.000
49	Tambal Seng	Buah	12.000
50	Sipatan sipat Tukang	Buah	15.000
51	Pensil Tukang	Buah	2.500
52	Siku-siku	Buah	15.000
53	Batu Lot	Buah	20.000
54	Waterpass	Buah	20.000
55	Bodi Pelor	Buah	150.000
56	Hendel	Buah	165.000
57	Selinder pintu	Kotak	30.000
58	Ensel Pintu	Kotak	3.000-230.000
59	Slot	Buah	5.000-12.000
60	Gembok 20-50 mililiter	Buah	12.000-15.000
61	Hendel Jendela	Buah	8.000
62	Hak Angin Maven	Buah	12.000
63	Lem	Kaleng	5.000-84.000
64	Keran Air	Buah	15.000-30.000
65	Sarung Tangan	Pasang	17.000-35.000
66	Selotip	Gulung	3.000-10.000
67	Kikir Segitiga	Buah	12.000

Sumber: Toko Mitra Bangunan, 2022

Tabel 1.2 menunjukkan harga berdasarkan jenis produk yang ditawarkan di Toko Mitra Bangunan.

Toko Mitra Bangunan menyediakan berbagai jenis produk, dengan kualitas dan merek yang beragam. Toko Mitra Bangunan menyediakan layanan pengantaran barang untuk pembelian dengan jumlah tertentu.

Lokasi Toko Mitra Bangunan sangat strategis, berada didepan persimpangan yang menghubungkan semua desa dan juga berada di samping jalan raya dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Lalu lintas disekitar Toko Mitra Bangunan lancar dan bebas hambatan atau macet sehingga memudahkan konsumen saat berbelanja di Toko Mitra Bangunan. Toko Mitra Bangunan

cukup luas sehingga konsumen leluasa pada saat mencari atau memilih bahan bangunan yang konsumen butuhkan.

Toko Mitra Bangunan menawarkan bahan bangunan dengan harga yang bervariasi, disesuaikan dengan kualitas produk dan merek yang tersedia. Harga bahan bangunan yang ditawarkan di Toko Mitra Bangunan mulai dari Rp 1.700,00 sampai dengan Rp 1.450.000,00. Toko Mitra Bangunan memberikan potongan harga untuk jumlah pembelian tertentu.

Jumlah penjualan produk pada Toko Mitra Bangunan dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Toko Mitra Bangunan
Jumlah Penjualan
Tahun 2018-2020

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Persentase (%)
1	2018	1.919.727.000	-
2	2019	2.114.836.750	10,16
3	2020	2.191.730.000	3,64

Sumber: Toko Mitra Bangunan, 2021

Tabel 1.3 menunjukkan penjualan produk pada Toko Mitra Bangunan Tahun 2018 sampai dengan 2020. Penjualan pada Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 10,16% dan pada Tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 3,64%.

Produk merupakan salah satu faktor penentu konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. Ketersediaan produk di suatu perusahaan atau toko termasuk faktor yang dipertimbangkan konsumen akan pemilihan perusahaan atau toko. Dengan demikian, perusahaan atau pemasar dituntut

untuk menciptakan atau menyediakan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Lokasi juga faktor yang tak kalah penting dalam mendirikan dan menjalankan usaha, dikarenakan konsumen akan mencari toko terdekat atau yang mudah dijangkau dengan kendaraan apapun.

Selain produk dan lokasi, konsumen akan mencari toko yang menyediakan produk dengan harga yang sesuai dengan daya belinya. Jika harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan maka konsumen akan melakukan pembelian pada toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang”**.

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini adalah: “Apakah produk, lokasi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang?”.

C. Pembatasan masalah

Agar pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang, jelas, terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel Produk (*product*) diukur dengan dimensi :
 - a. Ragam
 - b. Kualitas
 - c. Nama Merek
 - d. Layanan
2. Variabel Lokasi (*place*) diukur dengan dimensi :
 - a. Akses
 - b. Visibilitas
 - c. Lalu-lintas
 - d. Tempat Parkir
 - e. Ekspansi
 - f. Lingkungan
 - g. Kompetisi
3. Variabel Harga (*price*) diukur dengan dimensi :
 - a. Daftar Harga
 - b. Potongan Harga
 - c. Periode Pembayaran
4. Variabel Keputusan Pembelian diukur dengan dimensi :
 - a. Pengenalan kebutuhan
 - b. Pencarian informasi
 - c. Evaluasi alternatif
 - d. Keputusan pembelian
 - e. Perilaku pasca pembelian

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu cara untuk mengaplikasikan ilmu dan teori-teori pemasaran yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan melaksanakan penelitian di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran atau informasi bagi Toko Mitra Bangunan dalam melaksanakan kegiatan bisnis.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti lainnya yang tertarik akan masalah yang sama pada masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi rekan-rekan mahasiswa, khususnya yang mengambil Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

F. Kerangka Pemikiran

Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa: “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori

berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62): “Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran”. Dimensi produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) adalah: “Ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, dan layanan”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:63): “Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran”.

Menurut Hurriyati (2015:57):

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu-lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
8. Peraturan pemerintah.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:63): “Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk”. Dimensi harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) adalah: “Daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit”.

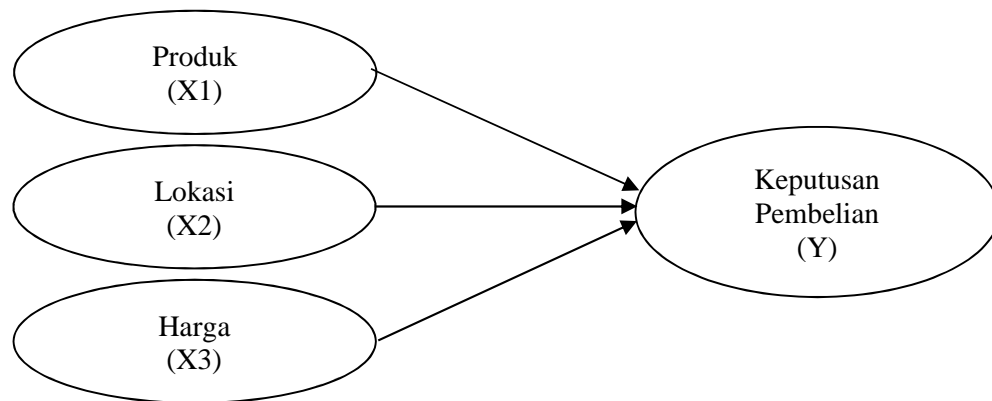
Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:120) mendefinisikan: “Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih”. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:175): “Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Asral dan Djumarno (2017) yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Greenhill Residences Jati Asih Bekasi” menunjukkan produk dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Greenhill Residences.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Jailani dan Hufron (2017) yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lj. Star Swalayan Kec. Waru Kab. Pamekasan” menunjukkan bahwa Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli di Lj. Bintang Swalayan. Variabel Produk dan Harga berpengaruh secara parsial. *Self-service* dan Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli di Lj. Bintang Swalayan.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang dikemukakan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh produk, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat atau objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:137): “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik Toko Mitra Bangunan untuk memperoleh informasi atau data berupa data penjualan, data pembelian, daftar harga, dan daftar produk.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen yang membeli bahan bangunan di Toko Mitra Bangunan.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder tabel 1.1 dalam penelitian ini yaitu harga berdasarkan jenis produk dan jumlah penjualan.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli bahan bangunan di Toko Mitra Bangunan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2017:90) memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu: “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”. Berdasarkan penentuan sampel minimum tersebut, maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2017:85): “*Sampling purposive*

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden merupakan orang yang melakukan pengambilan keputusan pembelian bahan bangunan di Toko Mitra Bangunan yang berumur minimal 18 tahun.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38): “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk (X1), lokasi (X2), dan harga (X3).

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93): “Skala Likert digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang digunakan untuk mengukur suatu objek. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan berdasarkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang telah disebar. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian berisi 5 (lima) alternatif jawaban sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut:

Tabel 1.4
Alternatif Jawaban Responden

No.	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): “Instumen penelitian adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”. Uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267): “Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data

yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Menurut Sugiyono (2017:121): “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Pengujian validitas instrumen yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pertanyaan atau pernyataan (item) dengan skor totalnya. Untuk menguji validitas dari pertanyaan atau pernyataan digunakan teknik *Pearson Product Moment*.

Setelah perhitungan dilakukan, nilai r (r hitung) yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r tabel sesuai dengan baris n dan taraf signifikan (α) = 5%. Nilai r tabel diperoleh dengan rumus $df = n$ (jumlah sampel) $- 2 = 50 - 2 = 48$, dengan tingkat signifikansi 0,05, maka nilai r tabel adalah 0,2787. Menurut Sujarweni (2015:192): “Jika r tabel $< r$ hitung maka valid”.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:268): “Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan”. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini adalah teknik Alpha Cronbach. Menurut Sujarweni (2015:192): “Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel”.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154): “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Kriteria uji normalitas menurut Sujarweni (2015:55) adalah sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika $\text{sig} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2016:159): “Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan *Test for Linearity*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan yang linier.
- b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak terdapat hubungan yang linier.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103): “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen”. Untuk

mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation*. Menurut Ghozali (2016:103): “Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai $VIF = 10$ ”.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2017:405): “Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari produk (X_1), lokasi (X_2), dan harga (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

Adapun persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a dan b = Konstanta

X_1 = Produk

X_2 = Lokasi

X_3 = Harga

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas yaitu produk (X1), lokasi (X2), harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.5
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat lemah
2	0,20 - 0,399	Lemah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”. Dalam penelitian ini koefisien determinasi bertujuan untuk menguji kontribusi variabel produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Menurut Ghozali (2016:96):

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Siregar (2017:408): “Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penetapan metode regresi linier berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A dan B (variabel bebas X_1 dan X_2) terhadap kelompok data C (variabel tak bebas Y)”. Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas, yang terdiri dari produk (X_1), lokasi (X_2), dan harga (X_3), terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Adapun hipotesis yang diajukan dalam uji pengaruh simultan ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

Kriteria pengujian:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak maka H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Siregar (2017:410): “Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*)”. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam uji pengaruh parsial ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh secara parsial variabel produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak terhadap pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

- 2) Pengaruh secara parsial variabel lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

3) Pengaruh secara parsial variabel harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

Kriteria pengujian:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, berusia 18 – 27 tahun, berpendidikan SMA/SMK, wiraswasta, berpendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.000,00 – Rp 1.999.999,00, dan sudah kawin.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yaitu : $Y = 0,563 + 0,219X_1 + 0,358X_2 + 0,300X_3$.
3. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,768. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk (X1), lokasi (X2), dan harga (X3) dengan variabel keputusan pembelian (Y) adalah kuat.
4. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,590. Hal ini berarti bahwa kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 59,00%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,00% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.
6. Hasil uji pengaruh parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara produk terhadap keputusan pembelian

pada Toko Mitra Bangunan, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan, dan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mitra Bangunan.

B. Saran

1. Kepala Toko dan Karyawan Toko Mitra Bangunan harus lebih memperhatikan mengenai penghantaran barang sehingga pengantaran barang lebih tepat waktu sesuai yang telah dijanjikan konsumen dan juga pemilik toko. Kepala Toko dan Karyawan Toko Mitra Bangunan hendaknya menata ulang tempat penyimpanan barang yang di dalam toko supaya para konsumen bisa lebih leluasa dalam melakukan pembelian.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian selain produk, lokasi, dan harga, serta menambah jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Asral, dan Djumarno. 2017. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Greenhill Residences Jati Asih Bekasi. **Jurnal SWOT**, Vol VII (1), 165-181.
- Firmansyah, Anang. 2019. **Pemasaran (Dasar Dan Konsep)**. CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Ghozali, Imam. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2015. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Jailani, Achmad, dan Muhammad Hufron. 2017. Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lj. Bintang Swalayan Kec. Waru Kab. Pamekasan. **Jurnal Ilmiah Riset Manajemen**. Vol. 06 (5), 232-242.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. **Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif**. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. **SPSS untuk Penelitian**. Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Penerbit Alfabeta, Bandung.