

The Effect of Location and Price on the Decisions of 2019 Industrial Engineering Students at Bina Nusantara University in Choosing a Printing Outlet

Heruna Tanty^{1*}, Ferryan Tanly², Sharon Irene Sutikno³,
Stevia Audrey Efriyanto⁴

¹ Mathematics & Statistics Department, School of Computer Science,

^{2,3,4} Industrial Engineering Department, Faculty of Engineering,

Bina Nusantara University

Jakarta 11480, Indonesia

heruna@binus.ac.id; ferryan.tanly@binus.ac.id; sharon.sutikno@binus.ac.id;

stevia.efriyanto@binus.ac.id

*Correspondence: heruna@binus.ac.id

ABSTRACT

Printing outlets are frequently-visited outlets by the members of society, especially students, for the purpose of printing documents, photocopies, etc. Large number of printing outlets that can be found today is a dilemma for printing outlet entrepreneurs who are just starting their business. There are several factors that are believed to have an influence on customers' decisions in choosing a printing outlet, such as outlet location and pricing. The study was conducted to determine the effect of independent variables (location and price) on dependent variables (customer decision). Specifically, 2019 students majoring in Industrial Engineering at Bina Nusantara University will be used as objects of research. Using an online questionnaire, opinions of 124 people were obtained. Various statistical tests were used to process the data, such as descriptive analysis, multiple linear regression model analysis, and hypothesis testing. Results of analysis show descriptive details of data which include maximum, mean, standard deviation, and other values. The results of multiple linear regression model analysis indicate the intercept term is worth 9,496, slope coefficient for location variable is 0,026, and slope coefficient for price variable is 0,143. Hypothesis testing resulted in the conclusion that location and price had no effect, either partially or simultaneously, on the decision to choose outlets by 2019 students majoring in Industrial Engineering at Bina Nusantara University. Therefore, owners or prospective owners of printing outlets targeting 2019 students majoring in Industrial Engineering at BINUS University as customers do not need to consider location and price factors, either partially or simultaneously.

Keywords: Location; Pricing; Printing Outlet Selection Decision

ABSTRAK

Gerai percetakan adalah gerai yang cukup sering dikunjungi masyarakat umum, terutama mahasiswa, untuk keperluan mencetak dokumen, fotokopi, dan hal lainnya. Banyaknya jumlah gerai percetakan yang dapat dijumpai saat ini menjadi dilema bagi pengusaha gerai percetakan yang baru ingin memulai usahanya. Secara umum, terdapat beberapa faktor yang dipercaya memiliki pengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam memilih gerai percetakan, seperti lokasi gerai dan ketetapan harga. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (lokasi dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pelanggan). Secara spesifik, mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara akan dijadikan sebagai objek dari penelitian. Dengan menggunakan kuesioner daring, didapatkan opini dari 124 mahasiswa teknik industri. Berbagai uji statistik digunakan untuk mengolah data tersebut seperti analisis deskriptif, analisis model regresi

linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan detail deskriptif dari data yang mencakup nilai minimum, maksimum, mean, standar deviasi, dan nilai lainnya. Hasil analisis model regresi linear berganda mengindikasikan bahwa intercept term bernilai 9,496, slope coefficient variabel lokasi sebesar 0,026, dan slope coefficient variabel harga sebesar 0,143. Uji hipotesis menghasilkan kesimpulan bahwa lokasi dan harga tidak berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pemilihan gerai oleh mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara. Maka dari itu, pemilik atau calon pemilik gerai percetakan yang menargetkan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri BINUS University tidak perlu mempertimbangkan faktor lokasi dan harga, baik secara parsial maupun simultan.

Keywords: Lokasi; Ketetapan Harga; Keputusan Pemilihan Gerai Percetakan

PENDAHULUAN

Kegiatan mencetak dan fotokopi merupakan aktivitas yang masih sering dilakukan oleh sebagian besar masyarakat dalam memenuhi tuntutan kegiatan yang membutuhkan dokumen berbentuk *hardcopy* atau dalam bentuk kertas. Oleh karena itu, tidak jarang masih sering ditemukan gerai khusus yang menyediakan jasa percetakan dan fotokopi. Pada umumnya, kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa dan para pekerja kantoran dalam pemenuhan tugas dan kebutuhan dokumennya. Mahasiswa sering kali mendapatkan tugas untuk mencetak, seperti membuat laporan berbentuk *hardcopy*, pencetakan buku atau modul untuk kegiatan perkuliahan, dan sebagainya. Berbeda dengan mahasiswa, umumnya pekerja melakukan kegiatan mencetak dan fotokopi di dalam kantor perusahaannya secara mandiri, sebab banyak perusahaan yang telah menyediakan fasilitas mesin pencetak dan fotokopi yang dapat digunakan oleh para pekerja (Wanudjaya, 2017). Oleh sebab itu, dibanding pekerja, mahasiswa lebih sering dalam menggunakan jasa gerai percetakan dalam menunjang kegiatan mencetak dan fotokopi pada media kertas (Fadhilah et al., 2019).

Kebutuhan pasar terhadap kegiatan mencetak dan fotokopi membuat banyak orang mengambil peluang usaha dalam membangun gerai percetakan. Salah satu aspek yang dianggap penting dalam menjalankan suatu usaha adalah lokasi dan harga. Kedua aspek ini dianggap menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian barang atau penggunaan jasa terutama bagi mahasiswa yang saat ini cenderung mengharapkan segala hal yang lebih praktis, mudah untuk dijangkau, dan murah untuk didapatkan.

Faktor lokasi dan harga termasuk dalam empat strategi pemasaran yang sering dikenal sebagai *marketing mix strategy*. Strategi tersebut berkaitan erat dengan bagaimana suatu usaha menyajikan dan menawarkan produk atau jasanya dengan didukung oleh strategi lain, berupa lokasi, dan harga. Strategi yang tepat dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap keberhasilan suatu usaha yang selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan minat transaksi pelanggan (Puspa et al., 2017).

Faktor lokasi yang baik dapat memudahkan para pelanggan untuk mendapatkan akses alternatif dalam menunjang kegiatannya. Strategi penentuan lokasi bagi gerai percetakan bergantung pada jenis dan interaksi yang terlihat. Faktor lokasi berpengaruh terhadap besarnya potensi pasar yang bisa dicapai oleh suatu usaha sehingga faktor ini secara tidak langsung dapat berperan dalam menentukan kesuksesan dan pencapaian dari usaha (Wijayanti et al., 2021).

Harga merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk dapat memiliki dan menggunakan suatu barang atau jasa untuk bisa mendapatkan suatu kepuasan. Harga adalah salah satu faktor terpenting dan paling sering diperhatikan dalam strategi pemasaran. Pelanggan akan mengharapkan suatu kualitas dan barang atau jasa yang bernilai tinggi jika harga dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan juga berharga tinggi. Sebaliknya, pelanggan biasanya akan ragu terhadap kualitas dari barang atau jasa yang ditawarkan jika harga yang ditawarkan juga rendah. Namun, tidak dipungkiri, pelanggan biasanya cenderung akan memilih suatu barang yang sesuai dengan *budget* yang dimilikinya (Putranto & Rusmiati, 2019).

Faktor lokasi dan harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam memilih atau melakukan transaksi pada produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan suatu proses saat pembeli menetapkan pilihan untuk melakukan transaksi guna membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Umumnya, terdapat beberapa faktor yang menjadi pembeda cara seseorang dalam mengambil keputusan pembelian, seperti faktor usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup (Prihartono, 2021).

Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel dari populasi mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara untuk mengukur bagaimana pengaruh lokasi dan harga yang ditetapkan oleh gerai percetakan terhadap keputusan mereka dalam memilih gerai percetakan. Mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara sendiri sering kali mendapatkan tugas laporan praktikum yang harus dikumpulkan dalam bentuk *hardcopy*, serta sering kali diwajibkan untuk melakukan penyalinan (*fotocopy*) modul pembelajaran yang harus dibawa dalam bentuk *hardcopy* saat perkuliahan berlangsung. Oleh sebab itu, mahasiswa ini dapat dikatakan masih sering menggunakan jasa dari gerai percetakan. Banyaknya gerai percetakan dan adanya kebutuhan mahasiswa tersebut dalam melakukan kegiatan mencetak dan fotokopi menjadi hal yang menarik untuk diteliti terutama dalam faktor lokasi dan ketetapan harga pada gerai percetakan terhadap perilaku pemilihan gerai bagi mahasiswa tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, permasalahan utama yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah terdapat pengaruh lokasi gerai terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan? (2) Apakah terdapat pengaruh harga yang ditetapkan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan? (3) Apakah terdapat pengaruh antara lokasi gerai dan harga yang ditetapkan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan?

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini dibuat untuk mencapai beberapa tujuan tertentu. Pertama, untuk mengetahui pengaruh lokasi gerai terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan. Kedua, untuk mengetahui pengaruh harga yang ditawarkan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan. Terakhir adalah untuk mengetahui pengaruh antara lokasi gerai dan harga yang ditawarkan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan.

Setelah tujuan tercapai, diharapkan penelitian dapat memberikan manfaat, baik bagi pihak jasa percetakan, maupun bagi pengguna jasa percetakan yang dalam kasus ini dikhususkan untuk mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri di BINUS University. Penelitian dapat membantu pihak jasa percetakan dalam menentukan sisi prioritas untuk mengembangkan usaha bisnisnya ketika hendak membuka cabang baru, dan membantu meningkatkan efektivitas strategi kompetisi kepada para wirausaha bisnis percetakan dalam memenangkan persaingan pasar. Selain itu, penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengguna jasa percetakan agar dapat memperoleh peningkatan kepuasan setelah adanya peningkatan yang dilakukan oleh pemilik gerai pada sisi faktor yang paling berdampak terhadap tingkat keputusan pelanggan. Penelitian ini menjadi media untuk peneliti dalam ikut serta menyumbangkan serta mengaplikasikan ilmu strategi pembelajaran bisnis yang dapat berguna bagi masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan pihak yang diuji adalah mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara. Penelitian akan dilakukan terhadap segi faktor lokasi dan ketetapan harga untuk mengetahui pengaruh dari tiap faktor tersebut terhadap minat keputusan dalam memilih gerai percetakan. Tahapan pengumpulan data dimulai dari penentuan jenis dan jumlah sampel dari informasi terkait populasi yang telah diketahui. Hasil penetapan sampel dilanjutkan dengan menentukan jenis instrumen penelitian yang akan digunakan, yaitu media kuesioner untuk melakukan pengumpulan data yang kemudian dapat dilakukan menuju tahap analisis.

Pengkajian analisis data dimulai dari analisis deskriptif untuk menjabarkan karakteristik pada hasil tiap data, dilanjutkan analisis model regresi linear berganda dalam menentukan tingkat pengaruh dari masing-masing faktor terhadap keputusan pemilihan gerai, serta melakukan uji hipotesis dengan menggunakan T test dan ANOVA sebagai tahap pengujian akhir dalam menentukan apakah faktor lokasi dan ketetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pemilihan gerai percetakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data berupa skala penilaian dari setiap responden pengisi kuesioner kemudian dianalisis. Tahapan analisis akan dimulai dengan uji deskriptif, pengkajian regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan *T-Test* serta *F-Test*.

Analisis Deskriptif

Pengujian deskriptif merupakan pengujian yang ditujukan kepada setiap sektor faktor yang diteliti, yaitu pengaruh lokasi, pengaruh harga, serta pengaruh dari lokasi dan harga. Proses pengujian dilakukan untuk mengetahui nilai minimum, *maximum*, *mean*, *standard deviation*, dan data sejenis lainnya yang diteliti pada tiap faktor yang diuji. Hasil pengujian deskriptif terhadap setiap jenis data hasil kuesioner terkait pengaruh lokasi dan ketetapan harga terhadap keputusan pembelian tersedia pada Tabel 1. Pengujian Deskriptif.

Tabel 1. Pengujian Deskriptif

Statistics

Total											
Variable	Count	N	N*	CumN	Percent	CumPct	Mean	SE Mean	TrMean	StDev	Variance
P1	124	124	0	124	100	100	3.524	0.103	3.580	1.151	1.325
P2	124	124	0	124	100	100	3.3387	0.0944	3.3750	1.0506	1.1039
P3	124	124	0	124	100	100	4.0968	0.0926	4.1875	1.0314	1.0637
P4	124	124	0	124	100	100	4.1048	0.0848	4.1875	0.9441	0.8914
P5	124	124	0	124	100	100	3.9839	0.0785	4.0446	0.8741	0.7640
P6	124	124	0	124	100	100	3.8871	0.0932	3.9375	1.0376	1.0766
P7	124	124	0	124	100	100	4.1532	0.0785	4.2143	0.8746	0.7649
P8	124	124	0	124	100	100	3.5968	0.0793	3.6071	0.8827	0.7792
P9	124	124	0	124	100	100	3.8387	0.0821	3.8750	0.9141	0.8356
P10	124	124	0	124	100	100	4.1694	0.0862	4.2589	0.9604	0.9223
Sum of											
Variable	CoefVar	Sum	Squares	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum	Range		
P1	32.66	437.000	1703.000	1.000	3.000	4.000	4.000	5.000	4.000		
P2	31.47	414.0000	1518.0000	1.0000	3.0000	3.0000	4.0000	5.0000	4.0000		
P3	25.18	508.0000	2212.0000	1.0000	4.0000	4.0000	5.0000	5.0000	4.0000		
P4	23.00	509.0000	2199.0000	1.0000	4.0000	4.0000	5.0000	5.0000	4.0000		
P5	21.94	494.0000	2062.0000	1.0000	3.0000	4.0000	5.0000	5.0000	4.0000		
P6	26.69	482.0000	2006.0000	1.0000	3.0000	4.0000	5.0000	5.0000	4.0000		
P7	21.06	515.0000	2233.0000	2.0000	4.0000	4.0000	5.0000	5.0000	3.0000		
P8	24.54	446.0000	1700.0000	2.0000	3.0000	4.0000	4.0000	5.0000	3.0000		
P9	23.81	476.0000	1930.0000	2.0000	3.0000	4.0000	4.0000	5.0000	3.0000		
P10	23.03	517.0000	2269.0000	1.0000	4.0000	4.0000	5.0000	5.0000	4.0000		
N for											
Variable	IQR	Mode	Mode	Skewness	Kurtosis	MSSD					
P1	1.000	3, 4	35	-0.35	-0.70	1.199					
P2	1.0000	4	45	-0.33	-0.48	1.0488					
P3	1.0000	5	55	-1.10	0.65	1.2520					
P4	1.0000	5	51	-0.98	0.68	0.9593					
P5	2.0000	4	55	-0.79	0.87	0.8171					
P6	2.0000	5	44	-0.53	-0.72	0.8537					
P7	1.0000	5	53	-0.68	-0.49	0.7480					
P8	1.0000	4	53	-0.19	-0.63	0.8130					
P9	1.0000	4	57	-0.52	-0.44	0.7602					
P10	1.0000	5	58	-1.08	0.73	0.8577					

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa seluruh jenis data antara P1 hingga P10 mempunyai total jumlah ketersediaan data yang sama, yaitu 124 buah dengan data yang valid berjumlah 124 dan yang tidak valid berjumlah 0 sehingga keseluruhan kumulatif data berada di 124 buah yang menandakan bahwa seluruh data terkumpul dengan baik dengan perolehan level dan kumulatif level berada di 100% untuk seluruh jenis data. Nilai rata-rata pada setiap jenis data berada di rentang 3,3387 hingga 4,1694 dengan nilai rata-rata tertinggi berada di jenis data P10 dan nilai rata-rata terendah berada di jenis data P2.

Sektor nilai rata-rata *standard error* berada di rentang 0,0785 hingga 0,103 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P1 dan nilai terendah berada di jenis data P5 dan P7. Nilai *trimmed mean* berada di rentang 3,375 hingga 4,2589 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P10 dan nilai terendah berada di jenis data P2. Nilai standar deviasi berada di rentang 0,8741 hingga 1,0506 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P2 dan nilai terendah berada di jenis data P5. Nilai *variance* berada di rentang 0,7640 hingga 1,325 dengan nilai tertinggi di jenis data P1 dan nilai terendah berada di jenis data P5.

Nilai *coefficient variance* berada di rentang 21,06 hingga 32,66 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P1 dan nilai terendah berada di jenis data P7. Nilai penjumlahan data berada di rentang 414 hingga 517 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P10 dan nilai terendah berada di jenis data P2. Nilai *sum of squares* berada di rentang 1.518 hingga 2.269 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P10 dan nilai terendah berada di jenis data P2. Nilai minimum berada di rentang nilai 1 hingga 2 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P7, P8, dan P9 sementara nilai terendah berada di seluruh jenis data selain yang telah disebutkan.

Nilai kuartil-1 (Q1) data berada di rentang nilai 3 hingga 4 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P3, P4, P7, dan P10 sementara nilai terendah berada di seluruh jenis data selain yang telah disebutkan. Nilai *median* atau kuartil-2 (Q2) data berada di rentang nilai 3 hingga 4 dengan nilai terendah berada di jenis data P2 sementara nilai tertinggi berada di seluruh jenis data selain P2. Nilai kuartil-3 (Q3) data berada di rentang nilai 4 hingga 5 dengan nilai terendah berada di jenis data P1, P2, P8, dan P9 sementara nilai tertinggi berada di seluruh jenis data selain yang telah disebutkan. Nilai maksimum data berada pada nilai 5 yang terletak di seluruh jenis data.

Nilai *range* data berada di rentang nilai 3 hingga 4 dengan nilai terendah berada di jenis data P7, P8, dan P9 sementara nilai tertinggi berada di seluruh jenis data selain yang telah disebutkan. Nilai jangkauan interkuartil data berada di rentang nilai 1 hingga 2 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P5 dan P6 sementara nilai terendah berada di seluruh jenis data selain yang telah disebutkan. Nilai *mode* data berada di rentang nilai 3 hingga 5 dengan nilai terendah berada di jenis data P1 dan nilai tertinggi berada di jenis data P3, P4, P6, P7, dan P10.

Nilai *N for mode* data berada di rentang nilai 35 hingga 58 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P10 sementara nilai terendah berada di jenis data P1. Nilai *skewness* data berada di rentang nilai -1,10 hingga -0,19 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P8 sementara nilai terendah di jenis data P3. Nilai *kurtosis* data berada di rentang nilai -0,72 hingga 0,87 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P5 sementara nilai terendah berada di jenis data P6. Nilai terakhir yaitu *MSSD* data berada di rentang nilai 0,748 hingga 1,252 dengan nilai tertinggi berada di jenis data P3 sementara nilai terendah berada di jenis data P7.

Analisis Model Regresi Linear Berganda

Analisis model regresi linear berganda ini dilakukan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, model regresi berganda yang digunakan adalah $Y = a + bX$. Persamaan tersebut akan disesuaikan dengan jumlah variabel yang ada. Setelah itu, hasil persamaan akan diinterpretasikan dari segi nilai konstanta, nilai koefisien beta, dan dari segi perhitungan statistik.

Tabel 2. Analisis Model Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						95.0% Confidence Interval for B	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	
	B	Std. Error	Beta					
1								
	(Constant)	9.496	1.065		8.919	.000	7.388	11.603
	Lokasi	.026	.064	.039	.397	.692	-.102	.153
	Ketetapan_Harga	.143	.083	.171	1.729	.086	-.021	.308

a. Dependent Variable: Keputusan_Pemilihan

Hasil pengolahan data menunjukkan hasil persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,496 + 0,026X_1 + 0,143X_2$$

Hasil ini mengindikasikan bahwa keputusan pemilihan akan bernilai 9,496 jika variabel lokasi dan keputusan harga nilainya adalah 0. Akan tetapi, jika terjadi perubahan satu satuan pada variabel lokasi, maka akan mempengaruhi nilai keputusan pembelian sebesar 0,026, sedangkan jika terjadi perubahan sebesar satu satuan pada variabel ketentuan harga, maka akan mempengaruhi nilai keputusan pembelian sebesar 0,143.

Uji Hipotesis

• T-Test

Uji t digunakan untuk memberikan pengetahuan mengenai seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, baik secara individual maupun parsial. Perbandingan nilai signifikansi akan dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% agar dapat melakukan pengambilan keputusan. Jika signifikansi $t_{hitung} > 0,05$, maka H_0 akan diterima, dan sebaliknya. H_0 dalam kasus ini menyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil T-Test

		Coefficients ^a					95.0% Confidence Interval for B	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9.496	1.065		8.919	.000	7.388	11.603
	Lokasi	.026	.064	.039	.397	.692	-.102	.153
	Ketetapan_Harga	.143	.083	.171	1.729	.086	-.021	.308

a. Dependent Variable: Keputusan_Pemilihan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,692 yang berarti bernilai lebih besar dari taraf nyata yang digunakan, yaitu sebesar 0,05. Terlihat pula bahwa hasil t_{hitung} yang didapatkan bernilai 0,397 yang berarti lebih kecil dari t_{tabel} yang bernilai sebesar 1,9796. Berdasarkan hasil pengolahan tersebut, maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan.

Selain itu, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel ketetapan harga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,086 yang berarti bernilai lebih besar dari taraf nyata, yaitu 0,05. Hasil t_{hitung} pada variabel ketetapan harga mendapatkan nilai sebesar 1,729 yang berarti bernilai lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu sebesar 1,9796. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketetapan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan.

• F-Test (ANOVA)

Uji F digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak secara simultan. Jika hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan sebaliknya. H_0 dalam kasus ini menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil F-Test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.858	2	7.929	2.285	.106 ^b
	Residual	419.779	121	3.469		
	Total	435.637	123			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pemilihan

b. Predictors: (Constant), Ketetapan_Harga, Lokasi

Berdasarkan hasil uji F test, maka didapatkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 3,071 yang diperoleh dari tabel distribusi F dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, $df_1=2$, dan $df_2=121$. Sedangkan, dari perhitungan, didapatkan F_{hitung} sebesar 2,285. Dikarenakan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Hal ini memberikan arti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi dan harga secara simultan terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan hubungan antara lokasi dan ketetapan harga terhadap keputusan mahasiswa Teknik Industri di Universitas Bina Nusantara yang dilakukan menggunakan kuesioner yang kemudian diolah secara statistik, didapatkan bahwa faktor lokasi dan ketetapan harga, baik secara parsial maupun simultan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara dalam memilih gerai percetakan. Oleh karena itu, bagi pemilik atau calon pemilik gerai percetakan yang ingin mengembangkan bisnisnya dengan membuka gerai atau cabang baru dan menargetkan mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara sebagai pengguna jasa tidak perlu mempertimbangkan faktor lokasi dan ketetapan harga baik secara parsial maupun simultan untuk dapat bersaing.

Namun, karena penelitian ini memiliki batasan terkait responden yang menjadi fokus penelitian, maka bagi pemilik atau calon pemilik gerai percetakan yang memiliki target pasar di luar dari mahasiswa angkatan 2019 jurusan Teknik Industri Universitas Bina Nusantara perlu melakukan penelitian dengan responden yang berbeda, yaitu sesuai dengan target pasarnya.

REFERENSI

- Fadhilah, J., Hidayat, R., & Yulindon, Y. (2019). Penerapan Sistem Informasi Layanan Print Online. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(2), 108–112. <https://doi.org/10.35585/inspir.v9i2.2530>
- Prihartono, R. M. S. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Cijung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205–215. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_336586611911.pdf
- Putranto, A. T., & Rusmiati, H. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 36–45. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3603>
- Wanudjaya, B. C. (2017). Analisis Pengelolaan Operasional Perusahaan Jasa Forwarder PT. Kharisma Jasa Gemilang. *AGORA*, 5(3), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/135764-ID-analisis-pengelolaan-operasional-perusah.pdf>
- Wijayanti, K. D., Komarudin, K., & Sulistiani, S. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartment Bailey's City Di Ciputat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 242–251. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11039>