

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI USAHA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KUE BIKA DI UD SILUA SIMPANG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

MUHAMMAD SURYA
NIM: 21080031

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI USAHA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KUE BIKA DI UD SILUA SIMPANG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

MUHAMMAD SURYA
NIM: 21080031

Pembimbing I

Dr. Enni Sari Siregar, M.E
NIP. 199007302019082001

Pembimbing II

Drs. Hamonangan, M.Si
NIP. 1983100182019031006

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

TAHUN 2025

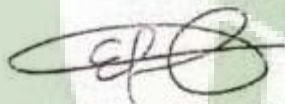
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Muhammad Surya Nst Nim: 210800531 dengan judul "Pengaruh Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika UD. Silua Simpang" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan yang diberikan untuk dapat diperlukan sepenuhnya.

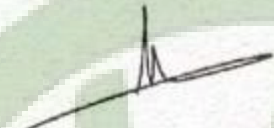
Panyabungan, September 2025

Pembimbing I



Dr. Enni Sari Siregar, M.E
NIP: 199007302019082001

Pembimbing II




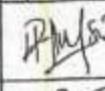
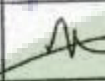
Drs. Hamonangan, M.Si
NIP: 1983100182019031006

STAIN MADINA

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

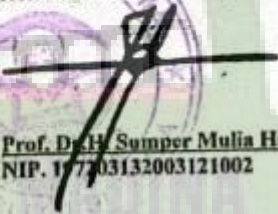
Skripsi ini berjudul "Pengaruh Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika Di UD. Silua Simpang" a.n Muhammad Surya NIM. 21080031, Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal Oktober 2025.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Jureid, M.E.I NIP. 198806242019031010	Ketua / Penguji I		20/10-2025
2	Nurintan Siregar, M.E NIP. 19861012019032008	Sekretaris /Penguji II		20/10/2025
3	Dr. Enni Sari Siregar, M.E NIP. 199007302019082001	Penguji III		22/10/2025
4	Drs. Hamonangan, M.Si NIP. 193100182019031006	Penguji IV		20/10-2025

Mandailing Natal, Oktober 2025

Mengetahui,
Ketua STAIN/Mandailing


Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197703132003121002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Muhammad Surya
Tempat, Tanggal Lahir Simangambat Tambangan, 06 Oktober 2000
NIM 21080031
Semester T A IX/2025
Program Studi Ekonomi Syariah
Alamat Simangambat Tambangan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "PENGARUH HARGA DAN LOKASI USAHA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KUE BIKA DI UD SILUA SIMPANG", adalah benar hasil karya saya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang diambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,


MULIAHATI SURYA
ECCB26AN0073480725

Muliahati Surya
NIM.21080031

ABSTRAK

MUHAMMAD SURYA NIM, 20810031 Program Studi Ekonomi Syariah dengan judul "Pengaruh Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika Di UD. Silua Simpang " Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika Di UD. Silua Simpang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik hair karena populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan hasil uji pada variabel harga sebesar 10.305 dan t tabel sebesar 1.656 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau pada variabel harga nilai sig < 0,05 yaitu sebesar 0,000 < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat diartikan bahwa harga (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Sedangkan pada variabel lokasi usaha sebesar 15.509 dan t tabel sebesar 1.656 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau pada variabel lokasi usaha nilai sig < 0,05 yaitu sebesar 0,000 < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat diartikan bahwa lokasi usaha (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Secara simultan Harga Dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan minat beli konsumen kue bika, dengan nilai f hitung = (361.505) > f tabel = 3,06 hingga menjadi hipotesis dalam penelitian ini H_0 di tolak dan H_a diterima artinya harga dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen kue bika di UD Silua Simpang.

Kata kunci : Harga, Lokasi Usaha dan Minat Beli

ABSTRACT

MUHAMMAD SURYA NIM, 20810031 Program Studi Ekono Syariah dengan judul "Pengaruh Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika Di UD. Silua Simpang "This study aims to determine the influence of Price and Business Location on Consumer Purchase Intention of Bika Cake at UD. Silua Simpang. This is a quantitative research. The sampling technique used in this study is the Hair method, as the population size is not precisely known. Based on the results of the *t*-test for the price variable, the *t*-calculated value is 10.305 and the *t*-table value is 1.656 ($t\text{-calculated} > t\text{-table}$), or the significance value for the price variable is $0.000 < 0.000$. Therefore, H_a is accepted and H_0 is rejected, which indicates that price (X_1) has a positive partial effect on consumer purchase intention. Meanwhile, for the business location variable, the *t*-calculated value is 15.509, and the *t*-table value is also 1.656 ($t\text{-calculated} > t\text{-table}$), or the significance value for business location is $0.000 < 0.05$. Thus, H_a is accepted and H_0 is rejected, which means that business location (X_2) also has a positive partial effect on consumer purchase intention. Simultaneously, Price and Business Location have a significant effect on the purchase intention of bika cake consumers, with an *F*-calculated value = $361.505 > F\text{-table} = 3.06$. Hence, the research hypothesis H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that price and business location significantly influence the purchase intention of bika cake consumers at UD. Silua Simpang.

Keywords: Price, Business Location, Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Taufiq-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: "Pengaruh Harga dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika UD. Silua Simpang", ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S. E) dalam program studi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

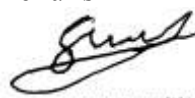
Penulis menyadari bahwa selama proses perkuliahan sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah terlibat dan membantu, baik dalam bentuk tenaga, waktu, masukan, informasi serta dukungan moril dan material. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan ucapan terima kasih atas bantuan tersebut. Semoga apa yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat pada semuanya izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Bapak Faisal Rahmat, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Enni Sari Siregar, M. E selaku dosen pembimbing Skripsi I yang telah banyak memberikan saran, kritik, dukungan serta motivasi dalam membimbing penulis mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Hamonang, M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi II yang telah banyak memberikan saran, kritik, dukungan serta motivasi dalam membimbing penulis mengerjakan skripsi ini.

6. Bapak Jureid, M.E.I dan Ibu Nur Intan Siregar, M.E selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran - saran untuk skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua saya , Ayahanda Ahmad Sofyan dan Ibunda Rosma Pulungan tersayang. yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tak terhingga selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa motivasi dan bantuan dari Ayah dan Ibu penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Untuk ke tujuh saudara saya tercinta. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, Kakak saya, Sartika dan adik adik saya Halimatussakdiah, Prity mulia sari, Masdalipah, Nur Inayah, Mahdi dan khoirotunisa karena telah memberikan dukungan dan doa kepada saya, berkat doa dan dukungan mereka peneliti bisa sampai tahap ini.
10. Untuk teman - teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal khususnya Ekonomi Syariah Kelas B yang saling mendukung dalam penulisan skripsi.

Penulis telah berupaya dengan sekuat tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini, namun disadari masih terdapat banyak kekurangannya yang kiranya dari sisi isi dan tata bahasanya. Sembari itu, penulis menantikan saran dan kritik yang menyampaikan rasa terima kasih dan berharap apa yang ada di dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Panyabungan, September 2025
Penulis



MUHAMMAD SURYA
NIM : 21080031

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Minat Beli	9
2. Harga.....	18
3. Lokasi Usaha.....	28
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berpikir	37
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Definisi Operasional.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	51
1. Temuan Umum	51
2. temuan Khusus.....	52
B. Pembahasan	67

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan 71
B. Saran..... 72

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data harga dan lokasi kue Bika di Mandailing Natal.....	2
Tabel 1.2 Data pendapatan UD Kue Bika di Mandailing Natal Perbulan tahun 2024-2025 dalam satuan Rupiah	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 4.1 gambaran responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Gambaran responden Berdasarkan Umur	53
Tabel 4.3 Tanggapan responden Mengenai Harga	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Menegai Lokasi Usaha	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Minat Beli	56
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel XI (Harga)	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X2 (Lokasi Usaha)	58
Tabel 4.8 Uji Variabel Y (Minat Beli)	59
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.10 Uji Normalitas	61
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.13 Uji t.....	65
Tabel 4.14 Uji F.....	66
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Lokasi UD. Silua Simpang.....	51
Gambar 4.2 Uji heterokondensitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Data Responden Variabel Harga (X1)

Lampiran III Data Responden Variabel Lokasi Usaha (X2)

Lampiran IV Data Responden Variabel Minat Beli (Y)

Lampiran V Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Lampiran VI Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu dari kekayaan budaya Indonesia yang sangat dikenal oleh dunia dan menjadi kebanggaan kita adalah makanan tradisional. Indonesia memiliki berbagai macam kuliner yang kaya akan cita rasa dan sangat beragam, baik dalam bentuk makanan utama, camilan (*snack*), hingga hidangan penutup (*dessert*). Keanekaragaman kuliner yang ada di Indonesia benar-benar luar biasa, dengan masing-masing daerah memiliki keunikannya tersendiri yang menjadikan kuliner tanah air semakin istimewa. Tidak hanya di Indonesia, berbagai jenis makanan tradisional ini juga sudah banyak tersebar ke mancanegara, memperkenalkan kekayaan budaya kuliner Indonesia ke dunia internasional (Aini et al., 2024).

Dalam konteks kekayaan kuliner tersebut, penting untuk memahami bagaimana minat beli konsumen terbentuk terhadap makanan, termasuk makanan tradisional. Menurut (Syavardie, 2021) minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Konsumen membentuk preferensi di antara banyak merek pilihan yang mungkin akan menimbulkan minat beli terhadap merek yang paling disukai.

Salah satu contoh pelaku usaha di bidang kuliner adalah Kue Bika Maga, yang dikenal sebagai penjual kue oleh-oleh khas dari Mandailing Natal dan berlokasi di Desa Maga, Kecamatan Lembah Sorik Marapi. Harga jual kue bika per biji dijual seharga Rp8.000. Produk kuliner ini hadir dengan tekstur yang lembut, dan aroma yang khas, menjadikan Kue Bika maga sebagai salah satu oleh-oleh yang berkualitas dan memiliki daya tarik tersendiri. Berikut tabel dibawah ini data pendapatan UD Kue Bika di Mandailing Natal perbulan tahun 2024-2025 dalam satuan Rupiah:

Tabel 1.1
Data pendapatan UD Kue Bika di Mandailing Natal Perbulan tahun 2024-2025 dalam satuan Rupiah

Tahun	Bulan	Nama Usaha							
		U.D. Halimatussakdiah	U.D. Amir	U.D. Nilawati	U.D. Rosmina	U.D. Yakup Efendi	U.D. Ermina	U.D. Zulhan	U.D. Silua Simpang
2024	Januari	22.320.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	Februari	20.160.000	12.320.000	6.720.000	11.200.000	11.200.000	13.440.000	13.440.000	14.560.000
	Maret	17.360.000	11.160.000	6.510.000	10.860.000	10.860.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000
	April	24.800.000	16.800.000	11.700.000	15.000.000	15.000.000	16.800.000	18.000.000	19.200.000
	Mei	22.320.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	Juni	21.600.000	13.200.000	7.200.000	12.000.000	12.000.000	14.400.000	14.400.000	15.600.000
	Juli	22.320.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	Agustus	22.320.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	September	21.600.000	13.200.000	7.200.000	12.000.000	12.000.000	14.400.000	14.400.000	15.600.000
	Oktober	21.600.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	November	21.600.000	13.200.000	7.200.000	12.000.000	12.000.000	14.400.000	14.400.000	15.600.000
	Desember	24.800.000	19.840.000	13.020.000	21.700.000	21.700.000	18.600.000	18.000.000	19.840.000
2025	Januari	22.320.000	13.640.000	7.440.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000	14.880.000	16.120.000
	Februari	20.160.000	12.320.000	6.720.000	11.200.000	11.200.000	13.440.000	13.440.000	14.560.000
	Maret	17.360.000	11.160.000	6.510.000	10.860.000	10.860.000	12.400.000	12.400.000	14.880.000
	April	24.800.000	16.800.000	11.700.000	15.000.000	15.000.000	16.800.000	18.000.000	19.200.000

Sumber: Pemilik Usaha Dagang

Tabel 1.1 menyajikan data pendapatan bulanan dari berbagai Usaha Dagang (UD) yang tergabung dalam kelompok UD Silua Simpang selama tahun 2024 hingga April 2025. Terdapat delapan usaha dagang yang dicatat, yaitu U.D. Halimatussakdiah, U.D. Amir, U.D. Nilawati, U.D. Rosmina, U.D. Yakup Efendi, U.D. Ermina, U.D. Zulhan, dan U.D. Silua Simpang. Secara umum, pendapatan masing-masing usaha mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. U.D. Halimatussakdiah menunjukkan pendapatan yang cukup stabil dengan angka tertinggi mencapai Rp24.800.000, terutama pada bulan April 2024, Desember 2024, dan April 2025. U.D. Amir mencatat pendapatan terendah dibanding usaha lain, namun mengalami peningkatan signifikan pada bulan Desember 2024 sebesar Rp19.840.000. Sementara itu, U.D. Nilawati cenderung memiliki pendapatan paling rendah dari semua usaha, namun pada bulan Desember 2024 juga menunjukkan lonjakan pendapatan menjadi Rp13.020.000.

Usaha seperti U.D. Rosmina dan U.D. Yakup Efendi memiliki pola pendapatan yang sama persis setiap bulannya, dengan puncak pendapatan pada bulan Desember 2024 sebesar Rp21.700.000. U.D. Ermina dan U.D. Zulhan juga memiliki tren pendapatan yang mirip satu sama lain, dengan peningkatan tertinggi pada bulan Desember 2024 dan April 2025. Sementara itu, U.D. Silua Simpang sebagai usaha yang menjadi fokus utama, mencatat pendapatan yang relatif tinggi dan stabil. Pendapatan tertinggi tercapai pada bulan Desember 2024 sebesar Rp19.840.000, serta konsisten pada bulan April 2024 dan April 2025 dengan angka Rp19.200.000. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki daya saing dan stabilitas usaha yang baik dibandingkan dengan yang lainnya.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat fluktuasi dari bulan ke bulan, hampir semua usaha mengalami kenaikan pendapatan yang signifikan pada bulan Desember, yang kemungkinan besar disebabkan oleh meningkatnya konsumsi masyarakat menjelang akhir tahun.

Berikut adalah hasil wawancara setiap pembeli mengenai harga kue bika dan lokasi usaha dagang, dengan asumsi bahwa setiap pembeli pernah membeli kue bika di seluruh usaha dagang (UD):

Berdasarkan pendapat dari narasumber, dapat disimpulkan bahwa harga kue bika di berbagai usaha dagang relatif mirip, Harga ini setara dengan beberapa usaha lainnya seperti U.D. Halimatussakdiah, U.D. Amir, U.D. Ermina, dan U.D. Zulhan. Sementara itu, ada pula usaha seperti U.D. Nilawati yang menjual dengan harga lebih murah, yaitu Rp6.000, serta U.D. Rosmina dan U.D. Yakup Efendi yang mematok harga lebih tinggi, yakni Rp10.000 per kemasan masih dalam kategori terjangkau, dan hanya berbeda tipis antara satu usaha dengan yang lain. Beberapa usaha seperti UD Halimatussakdiah dan UD Silua Simpang dinilai memiliki harga yang lebih stabil serta kualitas yang konsisten. Meskipun ada usaha seperti UD Rosmina dan UD Yakup Efendi yang sedikit lebih mahal, hal tersebut dianggap wajar karena ukuran produknya lebih besar. Dari segi lokasi, usaha yang berada di jalur strategis dan dekat jalan besar seperti UD Silua Simpang, UD Halimatussakdiah, dan UD Ermina lebih disukai karena mudah diakses. Sementara itu, usaha yang lokasinya tersembunyi atau jauh dari pusat keramaian seperti UD Nilawati dan UD Amir cenderung jarang dikunjungi, kecuali jika ada keperluan khusus atau kebetulan melintas di sekitarnya.

Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan. Dari beberapa pengaruh tersebut konsumen mencari sebuah produk sesuai dengan kebutuhan yang di perlukan (Kotler et al., 2008). Harga merupakan besaran nilai dalam bentuk uang yang ditetapkan untuk suatu proses transaksi, di mana konsumen perlu membayar sejumlah uang tertentu guna memperoleh produk atau layanan. Strategi penetapan harga memiliki peran yang signifikan dalam menentukan arah persaingan perusahaan. Oleh karena itu, tujuan penetapan harga harus selaras dengan strategi posisi perusahaan dalam pasar yang kompetitif (Fakhrudin et al., 2022). Dalam bauran pemasaran, harga merupakan satu-satunya komponen yang memberikan pemasukan, sedangkan unsur-unsur lainnya justru mewakili pengeluaran atau biaya. Harga juga dikenal sebagai elemen yang paling fleksibel dalam marketing mix, karena dapat disesuaikan dengan cepat tidak seperti produk atau distribusi yang biasanya memerlukan komitmen jangka panjang. Di sisi lain, penentuan harga sering menjadi tantangan utama bagi para eksekutif pemasaran. Banyak perusahaan menghadapi kendala

dalam menetapkan harga yang tepat. Salah satu kesalahan yang kerap terjadi adalah terlalu tergesa-gesa menurunkan harga demi meningkatkan penjualan, ketimbang membangun persepsi nilai dari produk tersebut. Kesalahan lain yang sering muncul adalah penetapan harga yang lebih berfokus pada perhitungan biaya produksi dibandingkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, serta kurangnya integrasi harga dengan elemen-elemen lain dalam bauran pemasaran (Sudiyono et al., 2018).

Setiap penjualan kue Bika memiliki harga jual dan lokasi yang berbeda-beda. Berikut data harga dan lokasi kue Bika di Mandailing Natal:

Tabel 1.2
Data harga dan lokasi kue Bika di Mandailing Natal

Nama Usaha Dagang	Harga	Lokasi
U.D. Silua Simpang	Rp. 8.000	Maga Pasar
U.D. Halimatussakdiah	Rp. 8.000	Kayulaut
U.D. Amir	Rp. 8.000	Kayulaut
U.D. Nilawati	Rp. 6000	Kayulaut
U.D. Rosmina	Rp. 10.000	Tanobato
U.D. Yakup Efendi	Rp. 10.000	Tanobato
U.D. Ermina	Rp. 8.000	Saba Purba
U.D. Zulhan	Rp. 8.000	Maga Dolok

Sumber: Pemilik Usaha Dagang

Berdasarkan data diatas, Harga kue Bika yang ditawarkan oleh U.D. Silua Simpang sebesar Rp8.000 per kemasan dapat dikategorikan sebagai harga sedang jika dibandingkan dengan pelaku usaha serupa di wilayah Mandailing Natal. Harga ini setara dengan beberapa usaha lainnya seperti U.D. Halimatussakdiah, U.D. Amir, U.D. Ermina, dan U.D. Zulhan. Sementara itu, ada pula usaha seperti U.D. Nilawati yang menjual dengan harga lebih murah, yaitu Rp6.000, serta U.D. Rosmina dan U.D. Yakup Efendi yang mematok harga lebih tinggi, yakni Rp10.000 per kemasan. Dengan demikian, harga yang ditetapkan oleh U.D. Silua Simpang cukup kompetitif dan berada dalam kisaran umum pasar.

Harga yang bersaing dan lokasi yang mudah dijangkau memberikan kenyamanan bagi konsumen, sehingga mereka merasa lebih mudah dan efisien dalam memenuhi kebutuhan makanan. (Muthmainnah & Triyanto, 2024). Sebagai penikmat makanan, konsumen tentu akan mempertimbangkan faktor-faktor

seperti harga, lokasi usaha, serta kualitas produk yang memuaskan. Ketika harapan-harapan tersebut terpenuhi, kepuasan konsumen pun akan tercapai.

Menurut (Gama et al., 2016) lokasi merujuk pada penempatan geografis dari kegiatan operasional suatu bisnis. Menurut Swastha Irawan dalam Gama (2016), lokasi yang strategis idealnya mampu menarik minat pembeli sekaligus mendukung pencapaian keuntungan. Lokasi yang tepat tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga mempermudah konsumen dalam mengakses produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi menjadi aspek yang sangat krusial kesalahan dalam menganalisis lokasi bisa berdampak pada meningkatnya biaya operasional. Lokasi usaha yang baik harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan dapat dengan mudah dijangkau pasar atau konsumen sasaran. Penempatan usaha yang strategis juga dapat meningkatkan kemudahan akses, menarik lebih banyak pelanggan, serta mempengaruhi pola belanja mereka secara signifikan.

Dari segi lokasi, U.D. Silua Simpang beroperasi di Desa Maga, Kecamatan Lembah Sorik Marapi, yang merupakan kawasan strategis karena dekat dengan sumber bahan baku serta menjadi salah satu daerah tujuan wisata. Lokasi ini memberikan keuntungan tersendiri dalam menarik minat wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, yang mencari oleh-oleh khas daerah. Jika dibandingkan dengan lokasi usaha lain seperti Kayulaut yang menjadi pusat konsentrasi beberapa usaha sejenis, Desa Maga tetap menawarkan keunggulan dalam hal identitas kuliner dan akses wisata. Sementara itu, lokasi-lokasi lain seperti Saba Purba dan Tanobato memiliki potensi tersendiri namun mungkin tidak seintensif kawasan Maga dalam menarik pengunjung kuliner. Oleh karena itu, dengan harga yang bersaing dan lokasi yang mendukung potensi wisata, U.D. Silua Simpang memiliki posisi yang kuat di tengah persaingan pasar kue Bika di Mandailing Natal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Kue Bika Di UD Silua Simpang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Harga kue Bika U.D. Silua Simpang tergolong sedang dan kompetitif, terhadap pelaku usaha lain yang menawarkan harga lebih murah maupun lebih mahal.
2. Adanya perbedaan harga dan lokasi antar pelaku usaha kue Bika di Mandailing Natal menimbulkan persaingan yang membutuhkan strategi tepat.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memfokuskan pada 2 variabel bebas yaitu harga dan lokasi. Dan variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat beli. Selanjutnya penelitian ini dilakukan pada Usaha Dagang Kue Bika Maga

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap minat beli konsumen kue bika di UD. Silua Simpang ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap konsumen kue bika di UD. Silua Simpang ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga dan lokasi usaha secara bersama-sama konsumen kue bika di UD. Silua Simpang ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harga terhadap konsumen kue bika di UD. Silua Simpang.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan lokasi usaha terhadap konsumen kue bika di UD. Silua Simpang.

3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harga dan lokasi usaha secara bersama-sama terhadap konsumen kue bika di UD. Silua Simpang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori yang diperoleh peneliti selama kuliah.

2. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi pelaku usaha bahwa pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga menjadikan patokan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan layanan pelaku usaha.

3. Bagi Dunia Akademik

Penelitian ini berfungsi untuk menambah kepustakaan sebagai bahan membaca untuk menambah pengetahuan.

4. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.

STAIN MADINA