

## ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEPEDA HIDAYAT DI KOTA PALANGKA RAYA TAHUN 2019-2023

Juliet Kristin Suci<sup>1</sup>, Ratna Sari<sup>2</sup>, Muhammad Syamsu Dhuha<sup>3</sup>, Ardika Oktavianus Putra<sup>4</sup>,  
Benius<sup>5</sup>, Muhammad Farras Narsida<sup>6</sup>

[julietkristin36@gmail.com](mailto:julietkristin36@gmail.com)<sup>1</sup>, [ratna579472@gmail.com](mailto:ratna579472@gmail.com)<sup>2</sup>, [mhmmdsyamsu09@gmail.com](mailto:mhmmdsyamsu09@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[atxvictor01@gmail.com](mailto:atxvictor01@gmail.com)<sup>4</sup>

Universitas Palangka Raya

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sepeda Hidayat, yang terletak di Pasar Besar, Palangka Raya selama periode 2019- 2023. Berfokus pada peningkatan permintaan sepeda di tengah kesadaran akan gaya hidup sehat dan ramah lingkungan, penelitian ini mengkaji sejauh mana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan konsumen. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara langsung terhadap pemilik toko, pelanggan, paman parkir dan UMKM sekitar toko. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Hidayat.

**Kata Kunci:** Ketersediaan Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian, Toko Sepeda Hidayat, Palangka Raya.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of product availability, price and location on consumer purchasing decisions at the Hidayat Bicycle Shop, located in Pasar Besar, Palangka Raya during the 2019-2023 period. Focusing on the increase in demand for bicycles amidst awareness of a healthy lifestyle and environmentally friendly, this research examines the extent to which these three factors influence consumer decisions. The research method uses data collection techniques through direct observation and direct interviews with shop owners, customers, parking uncles and MSMEs around the shop. The results of this research show that these three factors have a significant and positive influence on purchasing decisions at the Hidayat Bicycle Shop.*

**Keywords:** Product Availability, Price, Location, Purchase Decision, Hidayat Bicycle Shop, Palangka Raya.

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor transportasi di Indonesia semakin beragam, termasuk meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan sepeda, baik sebagai alat transportasi ramah lingkungan maupun untuk kegiatan olahraga. Tren ini turut didorong oleh kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat dan ramah lingkungan. Di kota Palangkaraya, sebagai salah satu kota yang sedang berkembang di Kalimantan Tengah, mobilitas masyarakat semakin tinggi. Pasar Besar Palangkaraya sebagai pusat perdagangan kota, menjadi lokasi strategis untuk berbagai jenis usaha, termasuk penjualan sepeda.

Toko Sepeda Hidayat, yang berlokasi di Pasar Besar, memiliki potensi besar untuk berkembang. Selain letaknya yang strategis, meningkatnya permintaan sepeda baik untuk kebutuhan harian maupun rekreasi di daerah ini membuka peluang usaha yang menjanjikan. Namun, sebelum melakukan ekspansi usaha atau pengembangan lebih lanjut, penting untuk melakukan studi kelayakan bisnis guna menilai potensi pasar, prospek keuntungan, serta risiko yang mungkin dihadapi.

Masalah yang dihadapi oleh Toko Sepeda Hidayat berkaitan dengan ketersediaan produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan pada Toko Sepeda tersebut. Keputusan Pembelian Menurut (Gunawan, 2022) merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Banyak faktor- faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian terhadap permintaan konsumen seperti ketersediaan produk, harga dan Lokasi.

Dalam persaingan pasar sepeda di Indonesia yang semakin kompetitif, kemampuan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan ketersediaan produk yang tepat sangatlah penting. Konsumen cenderung mengharapkan produk yang bervariasi dan selalu tersedia sehingga mereka dapat memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Namun, Toko ini menghadapi tantangan dalam penyediaan stok produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Ketidaksiharian antara persediaan dan kebutuhan konsumen dapat menyebabkan kekecewaan konsumen sehingga menyebabkan penurunan penjualan pada Toko Sepeda Hidayat tersebut.

Faktor harga juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memutuskan pembelian. Dalam pasar yang kompetitif, harga yang ditawarkan dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif, Namun harus tetap seimbang dengan kualitas produk. Adapun menurut Tecoalu et al (2021) harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan digunakan untuk menunjukkan posisi suatu produk atau merek dalam pasar secara keseluruhan.

Lokasi juga berpengaruh terhadap penjualan Toko Sepeda Hidayat, karena Lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung pada toko tersebut. Menurut (Ade Fitratul Akbar et al., 2024) Lokasi usaha merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang berkunjung jika dikaitkan melakukan kegiatan yang mementingkan segi ekonominya.

Tujuan observasi dan wawancara yang telah kami lakukan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk, harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembeli di Toko Sepeda Hidayat.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian kami kali ini menganalisis mengenai ketersediaan produk, harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembeli. Objek penelitian yang kami ambil adalah Toko Sepeda Hidayat yang ada di Pasar Besar kota Palangka Raya. Jenis penelitian yang kami gunakan yaitu melalui pendekatan kualitatif observasi dan wawancara dengan owner Toko Sepeda Hidayat (Bapak Sayromi), konsumen (Pembeli), dan masyarakat (Tukang Parkir dan UMKM) sekitar toko tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Aspek Teknis**

#### **Penentuan Lokasi Usaha**

Lokasi usaha yang mudah di jangkau dan memiliki visibilitas tinggi dapat meningkatkan kesempatan bisnis sepeda ini untuk dikunjungi. Hal ini memudahkan konsumen dan calon pelanggan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pemilik usaha. Toko sepeda Hidayat memiliki beberapa faktor dalam penentuan Lokasi usaha diantaranya:

#### **1. Kedekatan dengan pasar besar**

Tempat usaha Toko Sepeda Hidayat memiliki tempat yang strategis untuk

pelanggannya karena terletak tepat dititik pusat Pasar Besar Palangka Raya.

## 2. Lingkungan dan Masyarakat

Toko Sepeda Hidayat memiliki tempat yang strategis di titik Pasar Besar sehingga banyak lingkungan Masyarakat disekitar toko tersebut dan memudahkan masyarakat untuk berkunjung.

## 3. Fasilitas dan Biaya Transportasi

Karena berada dititik pusat Pasar Besar Palangka Raya fasilitas dan transportasi seperti taksi dan ojek mudah ditemui sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi maupun stok barang seperti sepeda yang masuk.

Setelah melakukan penyetoran sepeda baru, sepeda didata kemudian disimpan melalui Gudang pada Toko Hidayat dilantai atas dari toko tersebut.

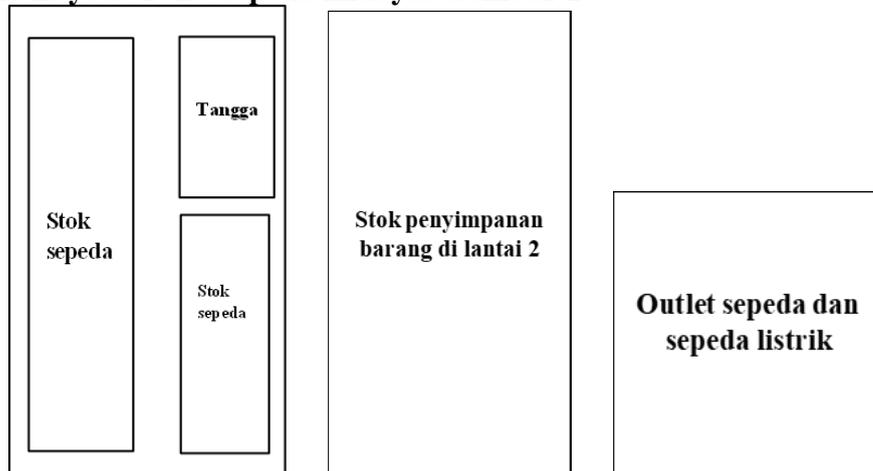
### a. Perakitan Sepeda Baru

Setelah mendata dan menyimpan sepeda baru pada gudang, dilakukanlah perakitan sepeda sehingga sepeda dapat ditata dan dilihat oleh konsumen dan masyarakat.

### b. Penataan Sepeda Baru

Sepeda yang telah di dirakit, kemudian sepeda dapat ditata sedemikian rupa agar dapat menarik pelanggan dan siap diperjualkan kepada konsumen.

## 4. Pola Layout Toko Sepeda Hidayat Gambar 1



## B. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen yang dilakukan pada Toko Sepeda Hidayat dilakukan oleh satu orang yaitu Bapak Sayromi sebagai owner, dan karyawannya yaitu Bapak Fadhil sebagai bawahannya.

### 1) Perencanaan (Planning)

Perencanaan adalah proses menetapkan tujuan, strategi, dan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi kebutuhan dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Fungsinya Menetapkan Tujuan Mengidentifikasi dan menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Toko sepeda ini memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan, terutama dalam hal teknis dan layanan pelanggan.

Mengembangkan Strategi Membuat rencana, Mengalokasikan Sumber Daya dengan mengidentifikasi dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan, Mengukur Kinerja dengan mengembangkan sistem untuk mengukur kinerja dan kemajuan yang telah dicapai.

### 2) Perorganisasian (organizing)

Pengorganisasian adalah proses mengatur wewenang, tugas, dan tanggung jawab pada setiap individu dalam sebuah organisasi. Tujuan utamanya adalah menciptakan

struktur yang memungkinkan perusahaan untuk beroperasi dengan efisien dan efektif. Fungsinya untuk mengatur struktur seperti membentuk struktur organisasi yang efektif kemudian mengidentifikasi tugas menetapkan tugas dan tanggung jawab bagi setiap individu. Toko sepeda Hidayat menugaskan karyawannya berdasarkan keahlian dan keterampilan mereka untuk meningkatkan efisiensi.

### 3) Pelaksanaan (Actuating)

Pelaksanaan adalah proses mengimplementasikan rencana yang telah dibuat. Tujuan utamanya adalah mengubah rencana menjadi tindakan nyata. Fungsinya mengimplementasikan rencana seperti mengubah rencana menjadi tindakan nyata. Toko Sepeda Hidayat memastikan bahwa semua sumber daya, termasuk tenaga kerja, peralatan, dan bahan, digunakan secara efisien.

### 4) Pengawasan (Controlling)

Pengawasan adalah proses memantau dan mengendalikan pelaksanaan rencana untuk memastikan bahwa tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Fungsinya untuk mengawasi kinerja yang dilakukan oleh Perusahaan maupun pengusaha. Toko Sepeda Hidayat memantau pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pegawai/karyawan untuk memastikan semuanya berjalan sesuai rencana.

## C. Aspek Pemasaran

### Bauran Pemasaran (4P)

#### a) Product (Produk)

Produk yang diperjualkan oleh toko sepeda Hidayat yakni meliputi sepeda dari anak kecil sampai dewasa, serta menjual alat spare part mulai dari harga yang terjangkau sampai harga yang tertinggi.

#### b) Price (Harga)

Harga sepeda yang dijual menentukan seberapa berhasil dan untungya toko sepeda hidayat yang juga diimbangi dengan kualitas terbaik dari toko tersebut. Harga yang dijual pada toko sepeda ini bervariasi tergantung merk dan ukuran sepeda tersebut. Untuk sepeda anak kecil dengan merk Family berkisar Rp.800.000-Rp1.000.000 (tergantung size/ukuran), kemudian merk Pacific berkisar Rp.1.300.000-1.500.000 (sepeda dewasa), Phoenix berkisar Rp.2.000.000-3.000.000(sepeda dewasa), Thrill/sepeda gunung berkisar Rp.9.000.000-Rp.12.000.000., kemudian toko ini juga menjual alat sepeda atau spare part mulai dari Rp.50.000-Rp.1.000.000. dan juga menjual sepeda Listrik dengan Merk Goda (Rp.4.000.000- Rp.5.000.000.), Aviator (Rp.3.000.000.-Rp.4.000.000), Exotic (Rp.4.000.000-Rp.5.000.000).

#### c) Place (Tempat)

Toko Sepeda Hidayat ini memiliki tempat yang strategis untuk dipasarkan karena letaknya tepat berada di pusat Pasar Besar Palangka Raya yang terletak pada Jalan Darmosugondo No.12b Kelurahan Pahandut, Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah

#### d) Promotion (Promosi)

Promosi merupakan cara untuk memasarkan produk dari setiap usaha atau Perusahaan, cara toko hidayat menjual barangnya yakni dengan cara menjual sepeda tersebut secara langsung dari toko tersebut.

## D. Aspek Finansial

Toko Sepeda Hidayat merupakan usaha turun temurun dari keluarga bapak Sayromi yang telah berdiri sejak lama mulai dari 1998 dan dikembangkan oleh bapak Sayromi pada tahun 2010. Modal bapak Sayromi sendiri merintis usaha dari orang tua beliau sebesar Rp. 80.000.000 dan semua modal tersebut pribadi milik bapak Sayromi. Setiap tahun pajak yang dikeluarkan oleh toko tersebut sebesar Rp.1.000.000.

No	Komponen	Volume	Satuan	Jumlah harga	Umur Ekonomis (Pertahun)	Penyusutan (Pertahun)
1	Atap	1 Set	Rp.15.000.0	Rp.15.000.000	25	600.000
	Kanopi	1	Rp.1.850.000	Rp.1.850.000	7	265.285
2	Meja	3	Rp.50.000	Rp.150.000	5	30.000
	Kursi	1 Set	Rp.1.000.000.	Rp.1.000.000	10	100.000
3	Kunci Merakit			Rp.2.000.000	10	
4	Sepeda		Rp.2.000.000	Rp.300.000	7	200.000
5	Lemari Etalase	1	Rp.300.000	Rp.100.000	10	42.857
6	Kipas Angin	1	Rp.100.000			10.000
7	Jam Dinding	1				
	<b>Total</b>					<b>Rp.1.248.142</b>

Rincian Biaya Variable pada Toko Sepeda Hidayat di Palangka Raya

Tabel 2

No	Komponen	Volume (Pack/Org)	Satuan	Jumlah harga
	<b>Biaya Bahan Baku</b>			
1	Plastik	1 Pack		Rp.100.000
2	Banner	1	Rp. 10.000	Rp.400.000
3	Nota	1 pack	Rp. 400.00	Rp.100.000
	Tenaga Kerja	1	Rp. 10.000	Rp.36.000.000
	<b>Total</b>		<b>Rp.3.000.000</b>	<b>Rp.36.600.000</b>

Proyeksi Aliran Kas Masuk Bersih Toko Sepeda Hidayat Bulan Tahun 2019

Tabel 3

Pendapatan	Rp.126.000.000
Total Biaya	
Total Biaya Operasional	Rp. 36.600.000
Total Biaya Penyusutan	Rp.1.248.142
	Rp.37.848.142
Laba Sebelum Pajak (EBT)	Rp.88.151.858
Pajak 10%	Rp.8.815.185,8
Laba Bersih (EAT)	<b>Rp.79.336.672,2</b>

---

Aliran Kas Masuk = EAT+Penyusutan  
= **Rp.80.584.814,2**

---

Proyeksi Aliran Kas Masuk Bersih Toko Sepeda Hidayat Tahun 2020  
Tabel 4

Pendapatan	Rp.109.500.000
Total Biaya	
Total Biaya Operasional	Rp.36.600.000
Total Biaya Penyusutan	Rp.1.248.142
	Rp. 37.848.142
Laba Sebelum Pajak (EBT)	Rp.71.651.868
Pajak 10%	Rp.7.165.185,8
Laba Bersih (EAT)	<b>Rp.64.486.672,2</b>

Aliran Kas Masuk = EAT+Penyusutan

= Rp. 102.334.814,2

Proyeksi Aliran Kas Masuk Bersih Toko Sepeda Hidayat Tahun 2021  
Tabel 5

Pendapatan	Rp.215.200.000
Total Biaya	
Total Biaya Operasional	Rp.36.600.000
Total Biaya Penyusutan	Rp.1.248.142
	Rp. 37.848.142
Laba Sebelum Pajak (EBT)	Rp.177.351.858
Pajak 10%	Rp.17.735.185,8
Laba Bersih (EAT)	<b>Rp.159.616.672,2</b>

Aliran Kas Masuk = EAT+Penyusutan

= Rp.197.464.814,2

Proyeksi Aliran Kas Masuk Bersih Toko Sepeda Hidayat Tahun 2022  
Tabel 6

Pendapatan		Rp.296.100.000
Total Biaya		
Total Biaya Operasional	Rp.36.600.000	
Total Biaya Penyusutan	Rp.1.248.142	
		Rp. 37.848.142
Laba Sebelum Pajak (EBT)		Rp.258.251.858
Pajak 10%		Rp.25.825.185,8
Laba Bersih (EAT)		<b>Rp.232.426.672,2</b>
Aliran Kas Masuk = EAT+Penyusutan		
		<b>= Rp.270.274.814,2</b>

Proyeksi Aliran Kas Masuk Bersih Toko Sepeda Hidayat Tahun 2023  
Tabel 7

Pendapatan		Rp.435.400.000
Total Biaya		
Total Biaya Operasional	Rp.36.600.000	
Total Biaya Penyusutan	Rp.1.248.142	
		Rp. 37.848.142
Laba Sebelum Pajak (EBT)		Rp.397.551.858
Pajak 10%		Rp.39.755.185,8
Laba Bersih (EAT)		<b>Rp.357.796.672,2</b>
Aliran Kas Masuk = EAT+Penyusutan		
		<b>= Rp.395.644.814,2</b>

Tabel 8

Tahun	EAT	Penyusutan	Kas Bersih	df 10%	PV Bersih	Kas
2019	79.336.672,20	1.248.142	80.584.814,20	0,909091	73.251.596,1	
2020	64.486.672,20	1.248.142	102.334.814,20	0,826446	97.422743,1	
2021	159.616.672,20	1.248.142	197.464.814,20	0,8	191.145.940	
2022	232.426.672,20	1.248.142	270.274.814,20	0,683013	263.788.219	
2023	357.796.672,20	1.248.142	395.644.814,20	0,620921	387.731.918	
	<b>893.663.361</b>		<b>1.048.304.071</b>		<b>1.013.340.416</b>	

### 1) PP (Payback Periode)

$$\begin{aligned} \text{Investasi} & \text{ Rp.80.000.000} \\ \text{Kas Bersih 1} & \text{ Rp.80.584.814,2} \\ & \text{548.814,2} \\ PP & = \frac{-80.000.000}{80.584.814,2} \times 100 \\ & = 11,9 \text{ bulan} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa modal atau investasi dari Toko sepeda Hidayat ini akan kembali dalam jangka 11,9 bulan.

### 2) ARR (Average Rate of Return)

$$\begin{aligned} x & = \frac{\text{Average Earning After}}{\text{Investasi}} \times 100\% \\ & = \frac{178.732.672}{40.000.000} \times 100\% \\ & = 446,83168 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan ARR diatas diperoleh sebesar 446% dapat diartikan bahwa usaha pada Toko Sepeda Hidayat ini layak, karena nilai ARR lebih tinggi dari tingkat suku bunga.

### 3) NPV (Net Present Value)

$$\begin{aligned} NPV & = \text{Total PV kas bersih} - \text{Total PV investasi} \\ & = 1.013.340.416 - 40.000.000 \\ & = 933.340.416 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai NPV sebesar **933.340.416** artinya usaha yang dilakukan Toko Sepeda Hidayat layak untuk dilanjutkan karena nilai NPV positif.

Tabel 9

Tahun	Kas Bersih	Bunga 77% DF	PV Kas Bersih	DF 10%	Bunga 78% PV Kas Bersih
2019	80.584.814,20	1.248.142	80.584.814,20	0,909091	73.251.596,1
2020	102.334.814,20	1.248.142	102.334.814,20	0,826446	97.422743,1
2021	197.464.814,20	1.248.142	197.464.814,20	0,8	191.145.940
2022	270.274.814,20	1.248.142	270.274.814,20	0,683013	263.788.219
2023	395.644.814,20	1.248.142	395.644.814,20	0,620921	387.731.918
PV Kas Bersih					
PV Investasi			951.185.519,09		1.013.340.416
			80.000.000		
NPV1				NPV2	80.000.000
			871.185.519,09		933.340.416

**PV Kas Bersih : 951.185.519,09** (total PV kas bersih sebesar IDR 951.185.519,09  
**dan PV investasi sebesar IDR 80.000.000**

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= \text{PV Kas Bersih} - \text{PV Investasi} \\ &= 951.185.519,09 - 80.000.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{NPV1} &= 871.185.519,09 \\ &= 1.013.340.416 - 80.000.000 \end{aligned}$$

$$\text{NPV 2} = 933.340.416$$

$$\text{IRR} = i1 + \frac{\text{NPV 1} \times (i2 - i1)\%}{\text{NPV 1} - \text{NPV 2}}$$

$$\text{IRR} = 77 + \frac{871.185.519,09}{871.185.519,09 - 933.340,416} \times (78 - 77)$$

$$\text{IRR} = 77 + \frac{871.185.519,09}{-62.154.896,91} \times 1\%$$

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 77 + 1.40 \\ &= 76,85983638 \\ &= 76,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan nilai IRR sebesar 76,8% lebih tinggi dari 1 maka dapat dikatakan usaha ini layak.

5) PI (Profitability Index)

PI = **Total PV Kas Bersih**

**Total Investasi**

1.013.340.416

$$= \frac{1.013.340.416}{80.000.000}$$

$$= 12,6667552$$

$$= 12,6 \text{ kali}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan hasil nilai PI sebesar 12,6 kali lebih besar dari 1 artinya bisnis investasi menguntungkan bagi Toko Sepeda Hidayat.

Aspek Amdal

Usaha Toko Sepeda Hidayat dapat memberikan dampak positif yang menguntungkan bagi UMKM di sekitar toko seperti tukang parkir yang mendapat

penghasilandari pelanggan yang datang Pembukaan Toko Sepeda Hidayat bisa berdampak pada mobilitas pada warga sekitar dan ekonomi lokal. Dengan adanya toko sepeda ini merangsang perekonomian setempat terutama dalam hal jual beli sepeda dan aksesoris.

H0 : Diduga ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Di Toko Sepeda Hidayat ( Diterima).

H1 : Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Sepeda Hidayat ( Diterima).

H2 : Diduga Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Sepeda Hidayat ( Diterima).

H3 : Diduga ketersediaan produk, harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Sepeda Hidayat ( Diterima)

<b>Strength ( Kekuatan ) :</b>	<p><b>Lokasi Strategis:</b> Toko Sepeda Hidayat terletak di Pasar Besar Palangka Raya, yang merupakan pusat perdagangan, memudahkan akses bagi konsumen.</p> <p><b>Ketersediaan Produk:</b> Menawarkan berbagai jenis sepeda dan suku cadang, memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai segmen.</p> <p><b>Pengalaman Usaha:</b> Memiliki sejarah Panjang dan pengalaman dalam industri sepeda sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.</p>
<b>Weakness ( Kelemahan ) :</b>	<p><b>Keterbatasan Sumber Daya Manusia</b> Hanya memiliki sedikit karyawan yang dapat membatasi kemampuan pelayanandan operasional.</p> <p><b>.Ketergantungan pada Stok:</b> Tantangan dalam menjaga ketersediaan stok sepeda yang sesuai dengan permintaan pasar.</p> <p><b>Persaingan yang Ketat:</b> Banyaknya toko sepeda lain di area yang sama dapat mengurangi pangsa pasar.</p>
<b>Opportunities ( Peluang ) :</b>	<p><b>Tren Peningkatan Penggunaan Sepeda:</b> Kesadaran masyarakat tentang kesehatan dan lingkungan dapat meningkatkan permintaan sepeda.</p> <p><b>Pengembangan Produk Baru:</b> Peluang untuk memperkenalkan produk baru, seperti sepeda listrik, yang semakin diminati.</p> <p><b>Kemitraan dengan UMKM:</b> Bekerjasama dengan usaha kecil dan menengah di sekitar untuk saling menguntungkan dalam promosi dan penjualan.</p>
<b>Threats ( Ancaman ) :</b>	<p><b>Fluktuasi Ekonomi:</b> Perubahan kondisi ekonomi dapat mempengaruhi daya beli konsumen.</p> <p><b>Persaingan dari Toko Online:</b> Meningkatnya popularitas belanja online dapat mengalihkan pelanggan dari toko fisik.</p> <p><b>Perubahan Kebijakan Pemerintah:</b> Kebijakan terkait transportasi dan lingkungan dapat mempengaruhi operasional dan strategi pemasaran.</p>

## KESIMPULAN

Penelitian yang kami lakukan pada Toko Sepeda Hidayat di kota Palangka Raya menarik beberapa kesimpulan penting mengenai pengaruh ketersediaan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing faktor yang teridentifikasi ketersediaan produk, harga, dan lokasi memiliki

dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketersediaan model sepeda yang beragam dan harga yang kompetitif sangat penting untuk memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persediaan yang dikelola dengan baik dan selaras dengan permintaan konsumen kemungkinan besar akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi di antara pelanggan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian mereka secara positif.

Hasil penelitian menekankan bahwa fokus pada ketiga faktor, terutama yang dipadukan dengan strategi manajemen yang efektif, tidak hanya akan membina hubungan pelanggan yang lebih baik namun juga akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan toko di pasar yang kompetitif. Secara ringkas, penelitian ini menyimpulkan bahwa ketersediaan produk, strategi harga, dan lokasi merupakan faktor-faktor yang saling berkaitan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan, dan faktor-faktor tersebut penting bagi kesuksesan Toko Sepeda Hidayat di pasar Palangka Raya.

#### **DAFTAR PUSAKA**

- Gunawan, Didik (2022) Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing : PT Inovasi Pratama Internasional
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. Principles of Marketing 15th Edition. New Jersey: Pearson JDAHDNJAKSPrectice Hall, Inc
- SAKJAH Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang)', The 2nd Widyagama National WBSJHS Conference on Economics and Business (WNCEB 2021), 2(1), pp. 174–183.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. Perilaku Konsumen. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks Group Gramedia.
- Situngkir, M.B., Rahayu, Y.I. and Zulkifli (2021) 'Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada
- Tecoalu, M., Winoto, H., & Ferdian. (2021). The Effect of Price Perception and Brand Awareness on Service Quality Mediated by Purchasing Decisions (Study Case on PT. Maybank Indonesia Finance Credit Products). Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT), 1(4), 183–195.