

# Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo)

*by Gozi Gozi*

---

**Submission date:** 26-May-2023 02:54PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2102298622

**File name:** Artikel\_gozi.docx (678.8K)

**Word count:** 3161

**Character count:** 23230



## Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo)

Ahmad Gozi<sup>1</sup>, Manajemen, Ekonomi, Universitas Panca Marga  
Mutinda Teguh Widayanto<sup>2</sup>, Manajemen, Ekonomi, Universitas Panca Marga  
Yayuk Indah Wahyuning Tyas<sup>3</sup>, Manajemen, Ekonomi, Universitas Panca Marga.  
Email: Rafatarghozhiaahmad112@gmail.com

### ABSTRAK

Supermarket Sinar Terang akan semakin berkembang secara maksimal jika faktor-faktornya terpenuhi dengan baik. Salah satu faktornya ialah lokasi yang strategis, harga produk yang terjangkau dan pelayanan yang lebih terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial, simultan terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian ini orang yang membeli susu SGM dibulan maret. Teknik pengambilan menggunakan Nonprobability sampling. Sampel dalam penelitian ini yaitu 82 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner dan diolah dengan metode analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R-Square) dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh antara lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh dominan dalam penelitian ini yaitu harga. Kata Kunci: lokasi, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

Kata Kunci: lokasi, harga, Kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

### ABSTRACT

*Sinar Terang Supermarket will grow optimally if the factors are met properly. One of the factors is a strategic location, affordable product prices and better service to consumers. This study aims to determine the effect of location, price and quality of service on purchasing decisions partially, simultaneously, and to determine the dominant variable on purchasing decisions at the Sinar Terang Probolinggo Supermarket. This research method is quantitative with a causal associative approach. The population of this study is people who buy SGM milk in March. The sampling technique uses Nonprobability sampling. The sample in this research is 82 respondents. Source of data used in this research comes from primary data and secondary data. Data was collected using a questionnaire and processed using data analysis methods in the form of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination (R-Square) and hypothesis testing. The results showed that location partially has a significant effect on purchasing decisions. And price partially has a significant effect on purchasing decisions and service quality partially has a significant effect on purchasing decisions. The results of this study also indicate that the influence of location, price and service quality simultaneously has a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** location, price service quality, purchase decision.

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Lokasi merupakan dimana sebuah perusahaan antara industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan jangka panjang (Abubakar (2018:60). Perusahaan sebaiknya memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, karena itu akan mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

Harga adalah salah satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengakibatkan keluarnya biaya. Abubakar (2017:40). Harga merupakan salah strategi yang penting dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis. Apabila ditinjau dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Maka dari itu Harga satu-satunya paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan akan membandingkan dengan harga pada kompetitor lainnya.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen". Sewaka (2022:360). Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang artinya bahwa pelayanan yang baik dapat menciptakan keputusan pembelian yang tinggi serta membantu meningkatkan daya saing dibandingkan kompetitor lainnya.

Supermarket Sinar Terang Probolinggo adalah suatu perusahaan ritel yang berada di Kota Probolinggo. Supermarket ini menyediakan apa yang diperlukan oleh konsumen dari berbagai keperluan sehari-hari ataupun peralatan yang dipakai setiap harinya. Seperti, alat rumah tangga, alat dapur, perabotan rumah tangga, kosmetik, bahan pokok, alat sekolah dan kebutuhan lain-lainya.

Salah satu produk yang mempunyai omset besar di Supermarket Sinar Terang adalah susu SGM. Dimana susu SGM menjadi merek susu formula yang cukup diminati oleh orang tua. Bukan tanpa alasan, Harga Susu SGM bisa dikatakan cukup ramah di kantong dibandingkan dengan merek susu formula lain yang beredar di pasaran. Selain itu, varian susu satu ini juga cukup banyak yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan usia sang buah hati

### Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah terdapat pengaruh parsial lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo? 2) Apakah terdapat pengaruh simultan lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo?

---

## TELAAH PUSTAKA

### Lokasi

Menurut Rusydi Abubakar (2018:60) Lokasi merupakan letak dimana sebuah perusahaan antara industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan jangka Panjang.

Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek aspek yang sifatnya capital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi, dan memilih lokasi yang responsive terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang (Tjiptono, 2014:159) ada beberapa Indikator lokasi yaitu; 1). Akses 2). Visibilitas 3). Lalu lintas 4). Tempat parkir yang luas.

### Harga

Menurut Abubakar (2017:40) menyatakan bahwa “Harga adalah salah satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengakibatkan keluarnya biaya”.

Menurut Tjiptono (2016:633) ada beberapa Indikator harga yaitu: 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam indrasari (2019:61). Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam indrasari (2019:63) terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas pelayanan: 1. Berujud (*tangible*) 2. Keandalan (*reability*) 3. Daya tanggap (*reponsivenes*) 4. Jaminan (*assurance*) 5. Empati (*Emphaty*).

### Keputusan Pembelian

Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019:70) “Keputusan pembelian adalah suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.

Menurut Kotler dan Keller yang dialihkan bahasa oleh Tjiptono dalam Indrasari (2019:74) menjelaskan bahwa Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima sub sebagai berikut: 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. “Pendekatan asosiatif kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut

selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen” (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk susu SGM pada bulan maret. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Nonprobability Sampling dengan menggunakan sampling insidental dan di dapatkan sampel sejumlah 82 responden.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Dokumentasi, dan Kuesioner.

### Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari responden, dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner. Data sekunder yaitu data yang didapat dari catatan, buku, artikel dan lain sebagainya, Seperti gambaran umum Super Market Sinar Terang Probolinggo seperti sejarah instansi, visi dan misi instansi, struktur organisasi, dan jumlah tenaga kerja.

### Analisis Data

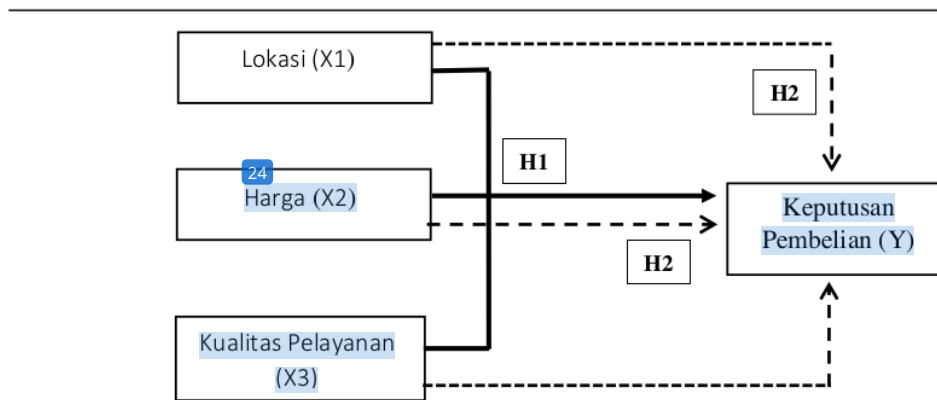
Skala pengukuran yang digunakan berupa skala likers yaitu skor 5 untuk jawaban sangat setuju sampai dengan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju. Indikator masing-masing variabel ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator variabel

No	Variabel	Indikator
1	Lokasi	a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas d. Tempat parkir
2	Harga	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan
3	Kualitas Pelayanan	a. Wujud b. Keandalan c. Daya tanggap d. Jaminan dan kepastian e. Panti
4	Keputusan Pembelian	a. Pilihan produk b. Pilihan merek c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian

Sumber: Data diolah 2023

Kerangka konseptual yang dibangun berdasarkan teori yang diuraikan di atas adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka penelitian

Sumber: Penelitian Sebelumnya

Data : diolah 2023

Keterangan:

Garis - - - - -> : Pengaruh Secara Parsial

Garis —————> : Pengaruh Secara Simultan

Sedangkan Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga ada pengaruh secara parsial antara variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

H2: Diduga ada pengaruh secara simultan antara variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y: Keputusan Pembelian

a: Nilai konstanta

X1: Lokasi

X2: Harga

X3: Kualitas Pelayanan

b1: Koefisien Lokasi

b2: Koefisien Harga

b3: Koefisien Kualitas Pelayanan

e : Standar Error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $r^2$ ), pengujian hipotesis (uji parsial dan uji simultan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Hasil Uji Validitas bias dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

**Table 2. hasil uji validitas instrument**

Variabel	No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub> 5% (82-2= 80)	Keterangan
Lokasi	X1.1	0,940	0,217	Valid
	X1.2	0,973	0,217	Valid
	X1.3	0,973	0,217	Valid
	X1.4	0,976	0,217	Valid
Harga	X2.1	0,904	0,217	Valid
	X2.2	0,924	0,217	Valid
	X2.3	0,912	0,217	Valid
	X2.4	0,905	0,217	Valid
	X2.5	0,894	0,217	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,958	0,217	Valid
	X3.2	0,961	0,217	Valid
	X3.3	0,954	0,217	Valid
	X3.4	0,953	0,217	Valid
	X3.5	0,886	0,217	Valid
Keputusan Pembelian	X3.1	0,819	0,217	Valid
	X3.2	0,832	0,217	Valid
	X3.3	0,894	0,217	Valid
	X3.4	0,841	0,217	Valid
	X3.5	0,819	0,217	Valid

Sumber: Datadiolah 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui nilai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> berada diatas r<sub>tabel</sub> = 0,217.

### Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada table 3 berikut ini:

**Table 3. hasil uji validitas instrument**

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	4	0,974 > 0.60	Reliabel
X2	5	0,938 > 0.60	Reliabel
X3	5	0,871 > 0.60	Reliabel
Y	5	0,888 > 0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian sudah reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji Normalitas Hasil uji normalitas dapat dilihat pada table 4 berikut ini:

**Tabel 4. hasil uji normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71183071
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.057
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah 2023

Dari hasil pengujian normalitas dengan melihat tabel one sample Kolmogorov Smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,86<sup>c</sup> yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 0,86 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dapat berdistribusi normal

Uji Multikolinieritas Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

### Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5. Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						B	Std. Error
1	(Constant)	.407	2.381	.171	.865		
	LOKASI	.415	.065	.498	6.398	.000	.965
	HARGA	.560	.071	.613	7.892	.000	.970
	KUALITASPELAYANAN	.118	.055	.166	2.155	.034	.991

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai VIF ketiga variabel yaitu lokasi (1,036), harga kerja (1,031) dan kualitas Pelayanan (1,009). Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10. Maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada table 6 berikut ini:

**Table 6 Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 <sup>a</sup>	.544	.526	1.744	1.763

a. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, LOKASI  
b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi autokorelasi, karena nilai DW = 1,763 terletak antara -2 dan +2 atau  $-2 < 1,763 < +2$  maka persamaan regresi yang diajukan tidak terdapat autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

**Table 7. Heteroskedastisita**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
						B
1	(Constant)	3.449	1.461		2.361	.021
	LOKASI	-.005	.040	-.014	-.125	.901
	HARGA	-.079	.044	-.204	-1.816	.073
	KUALITASPELAYANAN	-.015	.034	-.049	-.439	.662

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data diolah 2023

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada table 8 berikut ini:



Table 8. Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.407	2.381		.171	.865
	LOKASI	.415	.065	.498	6.398	.000
	HARGA	.560	.071	.613	7.892	.000
	KUALITASPELAYANAN	.118	.055	.166	2.155	.034

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Datadiolah 2023

persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 407 + 0,415X_1 + 0,560X_2 + 0,118X_3 + 2,381$$

1. Nilai konstan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 407, koefisien variabel Lokasi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) nilainya adalah 0, maka Keputusan Pembelian (Y) nilai adalah (0,407)
2. Koefisien Regresi  $B_1$  (lokasi) sebesar 0,415 menunjukkan jika ada penambahan satu-satuan lokasi maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,407 dengan variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap. Hal ini menunjukkan arah pengaruh variabel lokasi ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berpengaruh positif. Artinya jika variabel lokasi meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat
3. Koefisien regresi  $b_2$  (harga) sebesar 0,560 menunjukkan jika ada penambahan satu-satuan harga maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,560 dengan variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap. Hal ini menunjukkan arah pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berpengaruh positif. Artinya jika variabel harga meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat
4. Koefisien regresi  $b_3$  Keualitas Pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,118 menunjukkan jika ada penambahan satu-satuan kualitas pelayanan maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,118 dengan variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap. Hal ini menunjukkan arah pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berpengaruh positif. Artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat.

32

### Koefisien Determinasi (R Square)

Hasil koefisien determinasi (R Square) dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini:

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.544	.526	1.744
a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, lokasi				

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square, 0,544. Yang dihitung dengan  $0,544 \times 100\% = 54,4\%$ . Berarti keputusan pembelian 54,4% dipengaruhi oleh lokasi, harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 46,6%

(100%-54,4%) keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang bukan termasuk model dalam penelitian ini.

### Uji t

Menggunakan taraf signifikan 5% dengan  $t_{tabel} = n - k$  yaitu  $n$  (jumlah sampel),  $k$  (jumlah variabel bebas dan terikat), sehingga  $82 - 4 = 78$ . Sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  (0,05 ; 78) sebesar 1,99085. Hasil uji parsial (t) dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini:

**Tabel 10. Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	.407	2.381		.171	.865
	LOKASI	.415	.065	.498	6.398	.000
	HARGA	.560	.071	.613	7.892	.000
	KUALITASPELAYANAN	.118	.055	.166	2.155	.034

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Data diolah 2023

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian  
Pada variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6.398 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sehingga  $t_{hitung} 6.398 > t_{tabel} 1,990$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima.
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada variabel Harga ( $X_2$ ) dengan tingkatasi 0,000. Sehingga  $t_{hitung} 7,892 > t_{tabel} 1,990$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima.
3. Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dengan tingkatasi 0,034. Sehingga  $t_{hitung} 2,155 > t_{tabel} 1,990$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima.

### Uji F

Menggunakan tingkat signifikan 5% yang menentukan  $F_{tabel}$  terdapat  $df_1$  ( $N_1$ ) dan  $df_2$  ( $N_2$ ), dengan rumus  $df_1 = k - 1$ ,  $df_2 = n - k$ . dimana  $k$  (jumlah variabel bebas dan terikat) dan  $n$  (jumlah sampel). Sehingga diperoleh  $df_1 = 3 - 1 = 2$ ,  $df_2 = 82 - 4 = 78$  sehingga diperoleh  $F_{tabel}$  ( $df_1 = 2$ ,  $df_2 = 78$ ) sebesar 2,72. Hasil uji simultan (F) dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini:

**Tabel 11. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282.897	3	94.299	30.988	.000 <sup>b</sup>
	Residual	237.360	78	3.043		
	Total	520.256	81			

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, LOKASI

Sumber: diolah 2023

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat

dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $30.988 > 2,722$  Dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar  $0,000^b$  karena nilai signifikansi (Sig)  $< 0,05$  (5%), maka dapat dikatakan bahwa variabel lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### Pembahasan

#### 1 Pengaruh lokasi harga dan kualitas pelayanan parsial terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

hasil uji t (parsial) untuk variabel Lokasi terhadap keputusan pembelian maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya variabel Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

1. Hasil ini dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sewaka (2022) tentang “Pengaruhh Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan lokasi, dan kualitas pelayan terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swalaya Pamulang 2 Di Tangerang Selatan” yang menyatakan bahwa lokasi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal itu dibuktikan dengan semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga pada akhirnya pemilihan dan menetapkan lokasi yang strategis menjadi hal yang penting dan sangat diperlukan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t (parsial) untuk variabel Harga terhadap keputusan pembelian maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

Hasil ini dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nursyidah (2022) tentang “Pengaruhh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” yang menyatakan bahwa Harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. harga, ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *value of money* yang tinggi

3. Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t (parsial) untuk variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

Hasil ini dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nasrul Efendi (2022) tentang “Pengaruhh Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berkualitas adalah kepuasan konsumen saat proses jual beli berlangsung.

## **1** Pengaruh lokasi harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

Dari hasil penelitian bahwa  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 30.988  $F_{tabel} > 2,489$  dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000<sup>b</sup> karena nilai signifikansi (sig) < 0,05 (5%). Maka dapat dikatakan bahwa variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nursyidah (2022) tentang "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian".

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yaitu lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo.

Diharapkan tetap mempertahankan citra Supermarket Sinar Terang untuk konsumen dan melakukan inovasi yang baru untuk bisa bersaing dengan kompetitor lainnya, Sehingga konsumen tidak beralih ke kompetitor lain dan tetap mempertahankan pangsa pasar saat ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abu bakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : ALFABETA
- Egho Prastya Wardana (2022). "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk dalam menentukan keputusan pembelian dengan mediasi minat beli terhadap showroom mahmud motor di kabupaten situbondo". *Mahasiswa entrepreneur (JME)*. Vol: 1, No 3, April 2022 E-ISSN: 2964- 898X. Hal. 631-646.
- Elvera Astarina 2021. *Metodologi Penelitian.*: Andi
- Imam Ghozali, 2020. *Aplikasi Analisa Multivariete*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Imalia, Inka; Aprileny, Imelda. *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kantanix Supra Internasional)*, 2020. *Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia* . Vol. 2, NOMOR 3, Desember 2022
- Nursaidah. 2022 "Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di UD Adam Jaya." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* . Volume 19, Issue 01, Januari 2022. p-ISSN 0216-5287, e-ISSN 2614-5839. Hal : 30-40
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* Vol. 1, No. 1, pp. 83-88. 2018. e-ISSN 2654-6493. Hal: 83-87
- Nuraini, Firda, and Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang." *Jurnal Nasional*

- 
- Manajemen Pemasaran & SDM* 3.2 (2022): 50-57. *Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*. Vol. 3, No. 2 Juni 2022. e-ISSN: 2745-7257. Hal: 50-55
- PRIYATNO. 2018. *SPSS*. CV. ANDI OFFESET.
- Sewaka (2022). *"Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swadaya Pamulang 2 Di Tangerang Selatan"* .*Pemasran, Keuangan & Sumber Daya Manusia*. Vol. 2, NOMOR 3, JULI 2022. Hal.359-366
- Sujarweni, 2021 *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press,.
- Sujarweni, 2019 *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi (Pendekatan Kuantitatif)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, 2015 *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press,
- Sugiyono. 2016 *Metode penelitian KUantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, 2017. *Metode penelitian KUantitatif, Kualitatif R&D*: ALFABETA.
- Sugiyono, 2018. *Metode penelitian KUantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: ALFABETA,.
- Sugiyono, 2019 *Metode penelitian KUantitatif, Kualitatif R&D*: ALFABETA.
- Sudaryono, 2016. *Metodelogi Pendidikan*.:PT Kharisma Putra Utam

---

---

# Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo)

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	3%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
4	<a href="http://repository.upm.ac.id">repository.upm.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.teknokrat.ac.id">repository.teknokrat.ac.id</a> Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
8	<a href="http://journal.stai-musaddadiyah.ac.id">journal.stai-musaddadiyah.ac.id</a> Internet Source	1%



9	<a href="http://www.mikroskil.ac.id">www.mikroskil.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://journal.laaroiba.ac.id">journal.laaroiba.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1 %
12	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
13	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
15	<a href="http://lppm-unissula.com">lppm-unissula.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://jpk.ppj.unp.ac.id">jpk.ppj.unp.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	Suardi Suardi, Ravika Berliana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK	<1 %

# SEPATU VANS", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2022

Publication

---

20	<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://ejournal.unhi.ac.id">ejournal.unhi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://jurnal.umpar.ac.id">jurnal.umpar.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	Nur Asma Riani Siregar, Susanti, Mariyanti Elvi. "Analisis Model Rasch Disposisi Matematis Mahasiswa pada Program Studi Pendidikan Matematika UMRAH", Jurnal Gantang, 2021 Publication	<1 %
24	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://conference.binadarma.ac.id">conference.binadarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://jurnalekonomi.unisla.ac.id">jurnalekonomi.unisla.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id">repository.stiewidyagamalumajang.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

29 repository.widyatama.ac.id <1 %  
Internet Source

---

30 www.neliti.com <1 %  
Internet Source

---

31 www.researchgate.net <1 %  
Internet Source

---

32 repository.iainpalopo.ac.id <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On