

Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko MitraTani Ds.Gelang Kab. Madiun

Kholip Antari¹

Universitas Islam Kadiri

Baju Pramutoko

Universitas Islam Kadiri

Dadang Afrianto

Universitas Islam Kadiri

Alamat: Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

Korespondensi penulis: antarikholif266@gmail.com¹

Abstract. *There are factors such as price, location and service quality which greatly influence purchasing decisions. If these factors influence purchasing decisions, consumers tend to make repeat purchases. The aim of this research is to explain the partial and simultaneous influence of price, location and service quality on purchasing decisions for agricultural products at Mitra Tani Shop Ds.Gelang, Madiun Regency. This research uses quantitative methods with a population of 8,184 consumers using the Accidental Sampling technique. The calculation results from the Slovin formula obtained a sample of 99 respondents. Data processing uses the SPSS program. The results of this research show that the variables Price, Location and Service Quality have a significant simultaneous effect on purchasing decisions for agricultural products at Mitra Tani Shop Ds.Gelang, Madiun Regency.*

Keywords: *Price, Location, and Service Quality*

Abstrak. Adanya faktor Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang sangat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Jika faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian maka konsumen cenderung juga akan melakukan pembelian secara berulang. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi yang berjumlah sebanyak 8.184 konsumen menggunakan teknik Accidental Sampling. Hasil perhitungan dari rumus slovin sampel yang diperoleh yaitu berjumlah 99 responden. Pengolahan data menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan

LATAR BELAKANG

Seiring dengan tingkat perekonomian penduduk Indonesia yang semakin pesat dan mengalami peningkatan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi meningkatnya perekonomian yaitu terpenuhinya suatu pendapatan yang meningkat di negara tersebut. Banyaknya pusat perbelanjaan yang tumbuh dan mengalami perkembangan dengan perekonomian saat ini salah satunya di dalam bidang perdagangan. Namun, dalam bidang perdagangan tidak asing dengan banyaknya persaingan.

Harga biasanya dijadikan perbandingan terlebih dahulu oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Ernawati, 2021) menyatakan bahwa Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan atau jumlah nilai tukar pelanggan mendapat manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Dalam arti sempit, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau produk. Sehingga tidak heran apabila banyaknya konsumen yang membandingkan terlebih dahulu harga antara Toko Mitra Tani dengan Toko Pertanian lainnya.

Selain harga Lokasi juga salah satu faktor yang penting dalam menjalankan suatu bisnis oleh pengusaha, lokasi merupakan tempat yang meakukan kegiatan jualbeli secara langsung. penentuan lokasi yang strategis salah satu strategi perusahaan yang baik. Lokasi Toko MitraTani ini berada di dalam gang yang biasanya dijadikan permasalahan oleh konsumen terutama konsumen pendatang. Selain faktor harga dan lokasi yang penting dalam berbisnis, tentunya konsumen juga akan membandingkan kualitas pelayanan yang dimiliki suatu perusahaan. Sehingga perusahaan juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dimilikinya. Kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Banyaknya konsumen yang datang dan membeli produk pertanian di Toko Mitra Tani yaitu salah satunya karena memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik, pemilik toko yang ramah dan menjelaskan secara detail kegunaan dan manfaat produk-produk yang mungkin para konsumen belum mengetahui cara memakainya. Namun dalam Kualitas pelayanan juga ada satu permasalahan yaitu jam buka toko tidak menentu. Hal tersebut juga terkadang dijadikan permasalahan oleh konsumen yang mengeluh karena Toko Mitra Tani belum buka padahal konsumen ingin berbelanja produk pertanian.

Berdasarkan latar belakang permasalahannya yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **‘Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas**

Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun”

KAJIAN TEORITIS

Harga

Menurut Tjiptono(dalam Marendra,2018) “mengemukakan bahwa Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Dari berbagai devisa di atas maka dapat disimpulkan Harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk kebutuhan penggunaan juga dapat memperoleh dan keuntungan manfaat dari berbagai barang atau jasa yang ditukarkan dan memperoleh hak kepemilikan”. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Soekanto, 2016) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu: a) Keterjangkauan harga; b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk; c) Kesesuaian harga dengan manfaat; d) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Lokasi

Menurut Hurriyati (dalam Tanjung, 2020) Lokasi dapat diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Lokasi juga salah satu elemen penting dalam usaha karena pemilihan tempat yang strategi juga dapat mempermudah konsumen menjangkaunya. Menurut Tjiptono (dalam Soekanto, 2016) bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat diukur untuk menentukan lokasi yaitu sebagai berikut: a) Akses; b) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman; c) Lalu lintas, banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang, ataupun kemacetan dan kepadatan lalu lintas juga menjadi hambatan; d) Visibilitas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Lupiyoadi (dalam Fabiana, 2019) dapat diidentifikasi melalui 5 (lima) indikator Kualitas Pelayanan yaitu sebagai berikut: a) Keandalan; b) Daya tanggap; c) Jaminan; d) Empati; e) Bukti Fisik.

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (dalam Bayu, 2014) sebuah proses dimana konsumen harus mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Menurut Kotler (dalam Fadul, 2019) indikator-indikator dalam keputusan pembelian adalah: a) Kemantapan pada sebuah produk; b) Kebiasaan dalam membeli produk; c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain; d) Melakukan pembelian ulang.

Hipotesis

H1 : Diduga terdapat hubungan secara signifikan antara Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani.

H2 : Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian produk pertanian di toko Mitra Tani.

H3 : Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara Lokasi terhadap keputusan pembelian produk pertanian di toko Mitra Tani.

H4 : Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pertanian di toko Mitra Tani.

H5 : Diduga variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani.

H6 : Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pertanian di toko Mitra Tani.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian penemuan yang dihasilkan dengan prosedur statistik, data kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan angka-angka sebagai alat uji perhitungan, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Lokasi penelitian

Penelitian ini peneliti memilih lokasi yang dijadikan objek penelitian yaitu salah satu toko pertanian yang berlokasi di Ds. Gelang Kab. Madiun yang bernama Toko Mitra Tani tepatnya berada di RT 14 RW 01 Dsn. Gelonggong Ds. Gelang Kec. Dolopo Kab. Madiun. Alasan yang

menjadikan tempat pemilihannya lokasi yaitu karena tersediannya data dan juga permasalahan yang ada di perusahaan layak untuk dijadikan penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut (Handayani, 2018) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Jadi, populasi yaitu kumpulan peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang dan melakukan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun yaitu yang berjumlah 8.184 konsumen dengan dihitung selama 1 tahun mulai 1 Januari-31 Desember 2022. Jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin pada penelitian ini yaitu berjumlah 99 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh pengambilan sampel maka penelitian ini menggunakan populasi yang datang dan melakukan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan populasi yaitu dengan cara menggunakan *Non-probability Sampling* Menurut Sugiyono(dalam Umam, 2014) *Non-Probability Sampling* adalah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sebuah sampel.

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel yang dilakukan di penelitian ini berdasarkan perkiraan jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk pertanian selama 1 tahun mulai 1 Januari-31 Desember 2022 di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Berdasarkan dengan perhitungan rumus slovin menghasilkan hasil $n = 98,7$ dan dibulatkan menjadi 99. Maka diperoleh sampel sebanyak 99 responden dalam keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.gelang Kab. Madiun.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (Triatna, 2013) Teknik pengumpulan data adalah: Langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang

Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko MitraTani Ds.Gelang Kab. Madiun

memenuhi standar data yang diterapkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : a) Observasi; b) Wawancara; d) Kuesioner; e) Studi Pustaka; f) Dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1.Uji validitas variabel Harga

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel Harga diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel harga dinyatakan valid.

2.Uji validitas variabel Lokasi

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel lokasi diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel lokasi dinyatakan valid.

3.Uji validitas variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

4.Uji validitas variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel keputusan pembelian diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu $0,704 > 0,60$, yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria, karena nilai cronch's Alpha $>$ Standar Reliabilitas $0,60$, sehingga dinyatakan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini Reliabel.

Uji Prasyarat Analisis

1.Uji Korelasi

- a) Koefisien korelasi antara Harga dan Keputusan pembelian sebesar $0,432$ yang berarti korelasi lemah.
- b) Koefisien korelasi antara Harga dan Keputusan pembelian sebesar $0,539$ yang berarti korelasi cukup.
- c) Koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Keputusan pembelian sebesar $0,484$ yang berarti korelasi lemah.

Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko MitraTani Ds.Gelang Kab. Madiun

2.Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = 2.157 + 0,198X_1 + 0,430X_2 + 0,321X_3$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 2.157 artinya Harga,Lokasi,Kualitas pelayanan nilainya tetap,maka keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 2.157
2. Koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,198 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,198 satuan.
3. Koefisien regresi variabel Lokasi (X2) sebesar 0,430 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Lokasi akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,430 satuan.
4. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,321 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Keputusan Pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,321 satuan.

3.Uji t (parsial)

1) Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel Harga (X1) memiliki hasil perhitungan nilai sig. $0,022 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2,326 dan t_{tabel} sebesar 1,98525. Sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,326 > 1,98525$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara variabel Harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

2) Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel Lokasi (X2) memiliki hasil perhitungan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 4,724 dan t_{tabel} sebesar 1,98525. Sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,724 > 1,98525$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara variabel Lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

3) Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki hasil perhitungan nilai sig. $0,005 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2,851 dan t_{tabel} sebesar 1,98525. Sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,851 > 1,98525$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

4.Uji F (simultan)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas pelaynan memiliki nilai sig. F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai tabel $F_{hitung} > F_{tabel}$ $23,482 > 2,70$ Maka dapat

dikatakan bahwa Harga (X1), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5.Uji Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan nilai Adjusted R Square sebesar 0,408 atau 40,8%. Hal ini menunjukkan bahwa besar Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) sebesar 40.8%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner di toko Mitra Tani didapatkan hasil perhitungan variabel Harga (X1) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.326 > 1.98525$ atau tingkat signifikan $sig.t < 0.022$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara Parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner di toko Mitra Tani didapatkan hasil perhitungan variabel Lokasi (X2) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.724 > 1.98525$ atau tingkat signifikan $sig.t < 0,000$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara Parsial variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner di toko Mitra Tani didapatkan hasil perhitungan variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,851 > 1.98525$ atau tingkat signifikan $sig.t < 0.022$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara Parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

4. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa nilai dari sig f sebesar 0.000, Nilai signifikansi uji f yang dihasilkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Sehingga variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semua variabel tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan diatas, makadapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Harga adalah $0,022 < 0,05$.
2. Variabel Lokasi (X2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Lokasi adalah $0,000 < 0,05$.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Keputusan Pembelian adalah $0,005 < 0,05$.
4. Variabel Harga (X1), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan dari penelitian ini, adapun saran kepada Toko Mitra Tani yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Bagi Toko Mitra Tani diharapkan untuk menetapkan harga yang terjangkau dan bisa bersaing dengan Toko pertanian lainnya. Lalu untuk keberadaan toko alangkah baiknya toko memasang banner di depan gang agar konsumen baru yang ingin membeli tidak kebingungan mencari. Kualitas

pelayanan juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian, pelayanan yang baik dan ramah membuat konsumen senang dan puas, diharapkan kedepannya Toko Mitra Tani dapat mempertahankan dan memperhatikan lagi hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan Pembelian konsumen di Toko Mitra Tani Ds.Gelang Kab.Madiun.

DAFTAR REFERENSI

- Pramutoko Bayu. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Dimar Intermedia Kediri.CV.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fadul Meijon Fabiana. (2019). *濟無No Title No Title No Title*. 42–53.
- Tjiptono Fandy. (2017). *Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa*. 15(2), 1–23.
- Marendra Gede, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.
- Handayani, 2020. (2018). Metodologi penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020, 10–27.
- Soekanto. (2016). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI toko mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 13(2004)*, 1. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>.Tujuan
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Triatna, A. T. (2013). Peranan Ekstra Kulikuler Paskibra Dalam Meningkatkan Nasionalisme Siswa (Studi Deskriptif Analisis Terhadap Ekstrakulikuler Paskibra SMP Pasundan 1 Banjaran Kabupaten Bandung). *Universitas Pendidikan Indonesia* Http://Repository.Upi.Edu/457/6/S_PKN_0901640_CHAPTER3.Pdf,50–67.
repository.upi.edu
- Umam. (2014). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Catatan Kaki

Penempatan Tabel

Tabel 1. Uji Validitas Harga

| Variabel | Item Pertanyaan | Pearson Correlation | Sig | Keterangan |
|-------------------|-----------------|---------------------|-------|------------|
| Harga (X1) | X1 | 0,596 | 0,000 | Valid |
| | X2 | 0,491 | 0,000 | Valid |
| | X3 | 0,531 | 0,000 | Valid |
| | X4 | 0,482 | 0,000 | Valid |
| | X5 | 0,524 | 0,000 | Valid |
| | X6 | 0,504 | 0,000 | Valid |
| | X7 | 0,496 | 0,000 | Valid |
| | X8 | 0,511 | 0,000 | Valid |

Tabel 2 Uji Validitas Lokasi

| Variabel | Item Pertanyaan | Pearson Correlation | Sig | Keterangan |
|--------------------|-----------------|---------------------|-------|------------|
| Lokasi (X2) | X1 | 0,481 | 0,000 | Valid |
| | X2 | 0,474 | 0,000 | Valid |
| | X3 | 0,519 | 0,000 | Valid |
| | X4 | 0,490 | 0,000 | Valid |
| | X5 | 0,487 | 0,000 | Valid |
| | X6 | 0,590 | 0,000 | Valid |
| | X7 | 0,528 | 0,000 | Valid |
| | X8 | 0,485 | 0,000 | Valid |

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| Variabel | Item Pertanyaan | Pearson Correlation | Sig | Keterangan |
|--------------------------------|-----------------|---------------------|-------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X3) | X1 | 0,596 | 0,000 | Valid |
| | X2 | 0,491 | 0,000 | Valid |
| | X3 | 0,531 | 0,000 | Valid |
| | X4 | 0,482 | 0,000 | Valid |
| | X5 | 0,524 | 0,000 | Valid |
| | X6 | 0,504 | 0,000 | Valid |
| | X7 | 0,496 | 0,000 | Valid |
| | X8 | 0,511 | 0,000 | Valid |

Tabel 4. Uji Validitas Keputusan Pembelian

| Variabel | Item Pertanyaan | Pearson Correlation | Sig | Keterangan |
|-------------------------|-----------------|---------------------|-------|------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | X1 | 0,592 | 0,000 | Valid |
| | X2 | 0,612 | 0,000 | Valid |
| | X3 | 0,518 | 0,000 | Valid |
| | X4 | 0,557 | 0,000 | Valid |
| | X5 | 0,536 | 0,000 | Valid |
| | X6 | 0,523 | 0,000 | Valid |
| | X7 | 0,524 | 0,000 | Valid |
| | X8 | 0,542 | 0,000 | Valid |

Sumber : Peneliti 2023

Tabel 5. Uji Reabilitas

| Variabel | Alpa cronbach | Sig. | Keterangan |
|---------------------|---------------|------|------------|
| Harga | 0,710 | 0,60 | Reliabel |
| Lokasi | 0,704 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas pelayanan | 0,708 | 0,60 | Reliabel |
| Keputusan pembelian | 0,727 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Peneliti 2023

Tabel 6. Uji Korelasi

| Variabel | Sig. 2 Tailed | Nilai Korelasi | Keterangan |
|-------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Harga (X1) | 0,000 | 0,432 | Korelasi lemah |
| Lokasi (X2) | 0,000 | 0,539 | Korelasi cukup |
| Kualitas Pelayanan (X3) | 0,000 | 0,484 | Korelasi lemah |

Sumber : peneliti 2023

Tabel 7. Uji Analisis Linier Berganda

| Variabel | Unstandarized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig |
|--------------------------------|----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | | | |
| Model (Constant) | 2.157 | 2.636 | | 0,818 | 0,415 |
| X1 | 0,198 | 0,085 | 0,205 | 2,326 | 0,022 |
| X2 | 0,430 | 0,091 | 0,395 | 4,727 | 0,000 |
| X3 | 0,321 | 0,113 | 0,257 | 2,851 | 0,005 |
| Adjusted Rsquare | = 0,408 | | | | |
| Multiple R | = 0,653 | | | | |
| F | = 23,482 | | | | |
| Sig F | = 0,000 | | | | |
| Standard Error Of the Estimate | = 2,015 | | | | |

Sumber : Peneliti 2023

Tabel 8. Uji t (parsial)

| Variabel | t_{hitung} | Sig | t_{tabel} | keterangan |
|--------------------|--------------|-------|-------------|--|
| Harga | 2,326 | 0,022 | 1,98525 | H ₀ ditolak dan H _a diterima |
| Lokasi | 4,724 | 0,000 | 1,98525 | H ₀ ditolak dan H _a diterima |
| Kualitas Pelayanan | 2,851 | 0,005 | 1,98525 | H ₀ ditolak dan H _a diterima |

Sumber : Peneliti 2023

Tabel 9. Uji F (simultan)

| F | Sig | Taraf Sig | Keterangan |
|--------|-------|-----------|-----------------------------|
| 23.482 | 0,000 | <0,05 | Berpengaruh secara simultan |

Sumber : Peneliti 2023

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

| R | R Square | Adjusted R Square |
|-------|----------|-------------------|
| 0,653 | 0,426 | 0,408 |

Sumber : Peneliti 2023