

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI**

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(STUDY PADA NUSAMART SAMPANG )**



Oleh:

SUGINO

NIM

19612013047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP**

**2023**

# PENGESAHAN

Skripsi Saudara

Nama : **SUGINO**  
NIM : 19612013047  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Study pada Nusamart Sampang)

Telah disidang Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap pada hari / tanggal :

**Kamis, 21 September 2023**

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Cilacap, 21 September 2023

Dewan Sidang

Ketua

  
Suwono, M.Si  
NIK. 41230714081

Sekretaris

  
Syafi'ah, M.M  
NIK. 41230714132

Penguji 1

  
Suwono, M.Si  
NIK. 41230714081

Penguji 2

  
Syafi'ah, M.M  
NIK. 41230714132

Pembimbing

  
Hasan Muzaki, M.M  
NIK. 41230714050

Ass. Pembimbing

  
Priyo Anggoro, M.M  
NIK. 41230714083

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Drs. H. Suyono  
NIK. 41230714008



## NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Skripsi

Lamp : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali  
Cilacap  
Di -  
Cilacap

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Setelah membaca, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : SUGINO

NIM : 19612013047

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Manajemen

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan  
Pembelian (Study pada Nusamart Sampang)

Telah dapat diajukan kepada Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1).

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Cilacap, 21 Sepetember 2023  
Konsultan



Suwono, M.Si  
NIK. 41 230714 081

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini:

Nama : Sugino  
Nim : 19612013042  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi  
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada  
Nusamart sampang)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasidan di tujukan dalam daftar pustaka.

Dengan demikian apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai ketentuan yang berlaku.

Cilacap, 31 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan

  
  
Sugino  
Nim. 19612013047

## NOTA PEMBIMBING

Cilacap,

Kepada Yth,

Kaprodi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNUGHA

di Cilacap

Assalamualaikum wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penyusunan skripsi dari saudara:

Nama : Sugino

Nim : 19612013047

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Nusamart Sampang)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat di ajukan ke sidang Munaqosah. Bersama ini kami kirimkan skripsi tersebut, semoga dapat segera dimunaqosahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing I



Hasan Muzaki, MM  
NIDN. 0625118401

Pembimbing II



Priyo Anggoro, M.M  
NIDN. 0604108041

## MOTO

**Jika kematian yang membuat kita berhenti berkarya, maka berkaryalah sebelum kematian itu datang menghampiri kita.**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Nusamart sampang).

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan nasehat, saran, serta maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian Skripsi ini. Sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. KH. Nasrulloh, M.H selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali ( UNUGHA) Cilacap.
2. Bapak Drs. H. Suyono selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ulama Al-Ghazali Cilacap.
3. Bapak Suwono, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama AL Ghazali Cilacap.
4. Bapak Hasan Muzaki, MM selaku dosen Pembimbing 1 dan Bapak Priyo Aunggoro, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis sehingga skripsi ini menjadi lebih sempurna.
5. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa serta dukungan dan motivasi.
7. Keluarga tercinta (Anak dn Istri) yang telah memberikan dukungan, bantuan dan masukan dalam penulisan skripsi.

8. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Cilacap, 30 Juni 2023



Sugino

Nim. 19612013047

## ***ABSTRACT***

This research aims to determine the influence of service quality and location on purchasing decisions at NUsmart Sampang. The research method used was a quantitative method for selecting samples in this research, namely Probability Sampling. The number of samples used was 109 respondents. Data analysis techniques use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The results of this research show that: Service Quality partially influences purchasing decisions with the t test results, namely t count > than t table ( $4.418 > 1.658$ ). Location has a positive effect on purchasing decisions from the t test results, namely t count > than t table ( $2.903 > 1.658$ ) 3). Service Quality and Location simultaneously influence Purchasing Decisions from the t test results, namely calculated f > than f table ( $4.770 > 3.05$ ).

**.Keywords: Service Quality, Location, Purchasing Decisions, Nusamart Sampang**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN NOTA KONSULTAN .....	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING .....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTO.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK .....	1
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR SINGKATAN .....	viii
DAFTAR SIMBOL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
A. Kajian Teori.....	6
1. Pemasaran .....	6
2. Kualitas Pelayanan .....	8
3. Lokasi.....	12
4. Keputusan Pembelian.....	15
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	18
D. Kerangka Berpikir.....	19

Gambar 2.1 .....	20
<b>E. Hipotesis</b> .....	21
<b>BAB III</b> .....	22
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	22
<b>A. Desain Penelitian</b> .....	22
1. Jenis Penelitian .....	22
2. Lokasi Penelitian dan Waktu Pelaksanaan.....	23
Tabel 3.1.....	23
3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	24
4. Sumber Data .....	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	26
<b>B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel</b> .....	28
<b>C. Teknik Analisis Data</b> .....	30
<b>BAB IV</b> .....	38
<b>A. Deskripsi Data Penelitian</b> .....	38
1. Profil Perusahaan .....	38
2. Tujuan Nusamart.....	38
3. Struktur Organisasi.....	39
<b>B. Karakteristik Responden</b> .....	40
1. Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
2. Responden Menurut Umur.....	40
3. Distribusi Pendidikan Responden .....	41
<b>C. Analisis Data</b> .....	42
1. Hasil Uji Validitas .....	42
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
5. Hasil Pengujian Hipotesis .....	51
6. Determinan R .....	53
<b>D. Pembahasan</b> .....	54
<b>BAB V</b> .....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran .....	57
C. Keterbatasan Penelitian.....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Umur.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	41
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Lama Bekerja <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 5 Analisis Indikator Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 6 Analisis Indikator Variabel X2 (Lokasi)..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 7 Analisis Indikator Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Lokasi) .....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2).....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4. 16 Hasil Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	51

Tabel 4. 19 Hasil Uji F .....	53
Tabel 4. 20 Hasil Uji Determinan R.....	54

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan .....	39
---------------------------------------	----

## DAFTAR SINGKATAN

KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
K-S	: Kolmogorov-Smirnov
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
SPSS	: Statistical Program for Social Science
SOP	: Standar Operasional Prosedure

## DAFTAR SIMBOL

$\Sigma$	:	Sigma
+	:	Penambahan
X	:	Perkalian
>	:	Lebih Dari
<	:	Kurang Dari
%	:	Persen

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Persetujuan Penelitian.....	664
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	8181
Lampiran 4 Biodata Penulis.....	91

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan semakin banyak bermunculan toko modern di Indonesia, tentunya telah memberikan alternatif baru bagi para konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan system swalayan yang lebih modern dibandingkan dengan warung yang ada dilingkungan pedesaan.

Munculnya toko modern dilatar belakanginya oleh besarnya animo masyarakat pada pasar modern yang nyaman pelayanan dan tempatnya. Untuk memperoleh kenyamanan dalam berbelanja, banyak masyarakat memilih datang ke toko modern demi memenuhi kebutuhan pribadi atau sekedar melepas kejenuhan.

Bisnis Retail adalah bisnis yang sangat menjanjikan dan akan selalu ada. Bisnis ini memiliki prospek yang cukup bagus karena menyediakan kebutuhan sehari-hari. Dengan peluang yang cukup bagus ini, maka bisnis model ini berkembang cukup pesat disetiap daerah, tidak terkecuali di kecamatan Sampang. Nusamart adalah salah satu dari sekian banyak toko retail yang ada di kota sampang. Nusamart adalah usaha yang didirikan oleh sekumpulan orang yang bergabung dalam sebuah organisasi dan menginvestasikan sejumlah uangnya sehingga berdirilah toko Nusamart. Para anggota daripada Nusamart selain sebagai pemilik modal juga sebagai konsumen tetap.

Konsumen Nusamart tidak hanya berasal dari anggota itu sendiri,

tetapi juga dari masyarakat umum yang membutuhkan kebutuhan sehari-hari bisa berbelanja di Nusamart. Anggota Nusamart tersebar di sebagian wilayah Kecamatan Sampang. Sebagai Anggota diharapkan memiliki loyalitas yang baik untuk memajukan Nusamart, salah satunya dibuktikan dengan berbelanja di Nusamart. Namun dalam beberapa kesempatan penulis sempat menjumpai anggota dari Nusamart berbelanja barang yang di Nusamart ada tetapi berbelanja di toko lain. Tadinya penulis merasa biasa saja, tetapi kejadian ini sering dan dilakukan oleh beberapa anggota. Hal ini menarik perhatian dari penulis untuk mengetahui lebih dalam terkait hal ini.

Dari obrolan singkat dengan anggota tersebut didapat informasi sementara bahwa penyebab daripada anggota tersebut tidak berbelanja di Nusamart adalah karena lokasi Nusamart yang jauh daripada rumah anggota. Selain itu juga pihak toko yang kadang sulit dihubungi saat konsumen ingin membeli sesuatu. Hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian terhadap lokasi dan pola komunikasi yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga tetap menjadi pelanggan daripada Nusamart.

Pelayanan pada perusahaan retail seperti halnya Nusamart sangatlah penting. Salah satu ciri pelayanan yang baik adalah dengan memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelayanan terbaik merupakan profit strategy untuk lebih memikat pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghibndari kaburnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus bagi sebuah toko seperti halnya Nusamart ini. Lenna elitan dalam Usmara A (2003)

Selain daripada pelayanan, Lokasi dimana toko itu berada adalah menjadi pertimbangan utama dalam upayanya konsumen untuk melakukan proses transaksi pembelian. Sebagaimana diungkapkan oleh Kasmir (2016) bahwa lokasi adalah salah satu faktor penentu dalam menentukan keputusan pembelian. Sehingga Lokasi toko adalah menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Walaupun sekarang ini sudah zaman modern tetapi kita tidak bisa mengabaikan faktor lokasi ini. Karena masih banyak konsumen yang masih senang melakukan pembelianya secara langsung atau *offline* daripada lewat *online*.

Dari berbagai macam pertimbangan di atas dimualia dari fenomena yang penulis temui dilapangan dan beberapa teori yang penulis pelajari lewat bangku kuliah ini, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian (Study Kasus di Nusamart Sampang

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diutarakan diatas, maka perumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

#### **a. Secara Teoritis**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan ilmu dalam bidang manajemen pemasaran , khususnya dibidang kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lainnya di masa mendatang yang bermaksud mengkaji hal yang relevan dengan penelitian ini.

#### **b. Manfaat Praktis**

##### **a. Referensi bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada perusahaan mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Sehingga menjadi pertimbangan toko dalam menentukan strategi pemasaran di waktu yang akan datang.

b. Manfaat bagi penelitian lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan dan Lokasi

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antaradua variabel atau lebih. Hubungan Kausal adalah hubungan yang bersifat seba bakibat.

Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi Linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel dependen (Y), yaitu Keputusan Pembelian

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pemasaran**

pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi diatas dapatlah diterangkan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas daripada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut ( Basu Swastha : 2018).

Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan, akan tetapi apa yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri orang masih merasa rancu. Pengertian pemasaran menurut Kotler (11097) adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang

mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain “.

Banyak yang menganggap bidang ini identik atau sama dengan bidang penjualan. Sesungguhnya pemasaran memiliki arti yang luas daripada penjualan. Bidang penjualan merupakan bagian dari bidang pemasaran, sekaligus merupakan bagian terpenting dari bidang pemasaran itu sendiri. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jika perusahaan menaruh perhatian lebih banyak untuk terus menerus mengikuti perubahan kebutuhan dan keinginan baru, mereka tidak akan mengalami kesulitan untuk mengenali peluang-peluangnya. Karena para konsumen selalu mencari yang terbaik untuk kehidupannya dan tentu saja dengan harga yang terjangkau dan dengan kualitas yang baik pula, hal itulah yang memicu adanya persaingan yang semakin tajam yang menyebabkan para penjual merasa semakin lama semakin sulit menjual produknya di pasar. Sebaliknya, pihak pembeli merasa sangat diuntungkan karena mereka bebas memilih dari pihak manapun dengan kualitas dan mutu produk yang baik.

Hal inilah yang mendorong para pakar bisnis untuk mencari jalan keluar yang terbaik. Fenomena masa lalu dipelajari dan dibandingkan dengan apa yang menggejala saat ini, kiat-kiat bisnis dalam memproduksi barang, menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan dinalisis dengan baik agar sesuai dengan tuntutan pasar. Teori pemasaran yang amat sederhana pun selalu menekankan bahwa dalam kegiatan pemasaran harus jelas siapa yang menjual apa, dimana, bagaimana, bilamana, dalam jumlah berapa dan kepada siapa. Adanya strategi yang tepat akan sangat mendukung kegiatan pemasaran secara keseluruhan

## **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas suatu layanan ditentukan oleh seberapa baik ia memenuhi kebutuhan pelanggannya dan seberapa besar kontrol yang dimiliki perusahaan atas kepuasan itu. Ada dua elemen kunci yang menentukan kualitas layanan, yaitu kualitas layanan yang diantisipasi dan kualitas layanan yang benar-benar diterima atau dirasakan. Ketika pengalaman orang dengan layanan sesuai dengan harapan mereka, itu menunjukkan kualitas layanan yang tinggi. Pengguna akan menganggap kualitas layanan menjadi luar biasa jika mereka diberikan hasil yang jauh di atas harapan mereka. Disisi lain, layanan berkualitas rendah dipandang ketika

layanan yang sebenarnya tidak sesuai harapan (Tjiptono, 2006).

Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang sering dikenal dengan *ServQual* yang memiliki 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang kontribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru (Daga, 2017).

Menurut Lupiyoadi (2014), terdapat lima dimensi yaitu sebagai berikut:

- a. Berwujud (*tangible*); yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*); yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua

konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*); yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*); yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*); yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Ketika mengevaluasi kualitas suatu layanan, pendapat pelanggan harus diutamakan daripada pendapat pemasok karena konsumen, bukan penyedia, yang akan menggunakan dan

menghargai layanan tersebut. Ada lima sudut pandang kualitas yang berbeda, sebagaimana diuraikan oleh Tjiptono dan Chandra (2007)

*a) Transcendental approach*

Biasanya digunakan dalam konteks seni, kualitas mengacu pada atribut yang tidak berwujud namun dapat diraba yang menentang penjelasan yang mudah.

*b) Product - Based Approach*

Dengan kata lain, kualitas adalah sifat yang terukur dan terukur. Variasi kualitas dapat ditelusuri kembali ke variasi prevalensi komponen atau karakteristik tertentu.

*c) User - Based Approach*

Produk berkualitas tinggi adalah produk yang andal dan luas melayani kebutuhan dan keinginan audiens targetnya.

*d) Manufacturing - Based Approach*

Kepatuhan terhadap standar; kesetaraan dengan apa yang diharapkan. Peningkatan produktivitas dan penurunan biaya adalah motivasi umum untuk berfokus pada kualitas di industri jasa.

*e) Value - Based Approach*

Nilai dan biaya digunakan untuk mengevaluasi kualitas. Untuk tujuan ini, tidak ada standar universal untuk apa yang merupakan kualitas, oleh karena itu produk yang paling mahal mungkin bukan yang berkualitas terbaik. Tetapi aset yang paling

tak ternilai harganya adalah mengetahui layanan atau produk apa yang akan diinvestasikan

### **3. Lokasi**

Lokasi merupakan factor yang sangat penting dalam rangka menciptakan keputusan pembelian. Menurut Kasmir (2016) adalah tempat beroperasi perusahaan dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual. Lokasi sangat dapat mempengaruhi biaya produksi dan selanjutnya kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini khususnya berlaku bagi perusahaan-perusahaan industri (Madura, 2007). Lokasi memegang peranan yang sangat penting dalam bisnis, terutama bisnis yang bertujuan langsung kepada.

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan ketika akan memutuskan lokasi yang optimal, faktor-faktor yang paling relevan akan disebutkan dibawah ini:

#### **a) Biaya Ruang Kerja**

Biaya membeli atau menyewa ruang kerja (seperti misalnya bangunan atau kantor) dapat sangat bervariasi disetiap lokasi. Biayaini kemungkinan besar akan tinggi di pusat pusat wilayah bisnis dimana harga tanahnya memang tinggi. Biaya juga cenderung akan lebih tinggi di beberapa

daerah tertentu.

b) Biaya Tenaga Kerja

Biaya perekrutan karyawan sanat bervariasi diberbagai lokasi gaji di kota besar cenderung akan lebih tinggi daripada gaji di luar kota besar untuk satu pekerjaan yang sama.

c) Insentif Pajak

Beberapa pemerintah daerah mungkin bersedia memberikan kredit pajak untuk menarik perusahaanke daerah mereka pemerintah memberikan insentif ini untuk menaikkan tingkat kerja dan meningkatkan kondisi perekonomian di daerahnya

Lokasi adalah letak usaha atau penjualan yang ditentukan perusahaan sehingga dapat dijangkau oleh calon pembeli. Lokasi yang strategis diartikan sebagai letak yang dapat dijangkau oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhanya. Untuk itu perlu diperhatikan factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan lokasi berikut:

- a) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum maupun transportasi pribadi. Akses menjadi sangat penting apalagi didaerah perkotaan yang sudah mulai padat penduduk.
- b) Vasibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan

kelas dari jarak pandang normal dan lokasi yang sering dilalui konsumen. Saat ada calon konsumen atau orang yang kebetulan lewat daerah tersebut, lokasi tempat berusaha hendaknya berada di daerah strategis yang orang mudah melihatnya.

- c) Lalu lintas (*traffic*), dalam hal ini berkaitan dengan banyaknya orang yang lalu-lalang, bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan tanpa melalui usaha-usaha khusus. Contohnya, Ian yang sedang berjalan - jalan di Bintaro Plaza, tertarik mencoba menu baru D'Cost setelah melihat poster di depan outlet-nya, walaupun sesungguhnya ia belum lapar.
- d) Fasilitas parkir, tempat parkir yang nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Selain daripada tempat, yang perlu diperhatikan adalah faktor keamanan baik keamanan kendaraan saat parkir maupun saat keluar masuk parkir.
- e) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari. Dikarenakan sebuah usaha tidak menutup kemungkinan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan

#### **4. Keputusan Pembelian**

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. (Kotler & Keller, 2008)

Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Proses tersebut merupakan sebuah penyelesaian masalah harga yang terdiri dari lima tahap. Lima tahap proses keputusan pembelian tersebut adalah :

##### **1. Pengenalan Masalah**

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat akan suatu kategori produk.

##### **2. Pencarian Informasi**

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pada tingkat itu

seseorang hanya menjadi lebih peka terhadap informasi tentang produk selanjutnya orang itu akan memasuki pencarian aktif informasi mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok:

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b) Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
- c) Sumber publik: media massa, organisasi penentu peringkat konsumen.
- d) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

### 3. Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar akan membantu kita dalam memahami proses evaluasi konsumen: pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

### 4. Keputusan Pembelian

Terdapat dua faktor yang dapat berada di antara niat pembelian dengan keputusan pembelian, faktor pertama adalah

sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

#### 5. Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli produk konsumen mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir begitu saja ketika produk dibeli. Para pemasar harus memantau kepuasan pascapembelian, tindakan pascapembelian, dan pemakaian produk pascapembelian.

Beberapa hal yang bisa dijadikan dalam mengetahui indikator minat beli diantaranya

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang dalam membeliproduk.
- b) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut.
- d) Minat eksploratif, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari produk lain yang akan mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
- e) Minat mitra, yaitu keinginan daripada konsumen untuk menjadi mitra bagi perusahaan setelah melakukan transaksi

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Jurnal ilmiah dengan judul “Pengaruh LOKasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. Karya Lia Nurlia	Variabel : Lokasi Keputusan Pembelian  Teknik Pengumpulan data: Kuesioner	Variabel :kualits pelayanan  Tahun Penelitian : 2020  Lokasi Penelitian : NUsamart Sampang	Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2.	Jurnal ilmiah dengan judul “Pengaruh Lokasi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pengunjung. Karya Debby Cynthia dkk	Variabel : Lokasi Keputusan Pembelian  Teknik Pengumpulan data: Kuesioner	Tahun Penelitian : 2018  Lokasi Penelitian : NUsamart Sampang	Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian  Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian  Lokasi dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Sumber: Olahan Penulis

## C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Berry dan Parasuraman meyakini bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat sekali dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepuasan konsumen untuk menjalin ikatan hubungan kuat dengan perusahaan untuk

memahami dengan seksama harapan konsumen. (Donni Juni Priansa, Ibid., hlm. 55)

Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Debby Cynthia dkk yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Kasmir (2016) adalah tempat beroperasi perusahaan dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual.

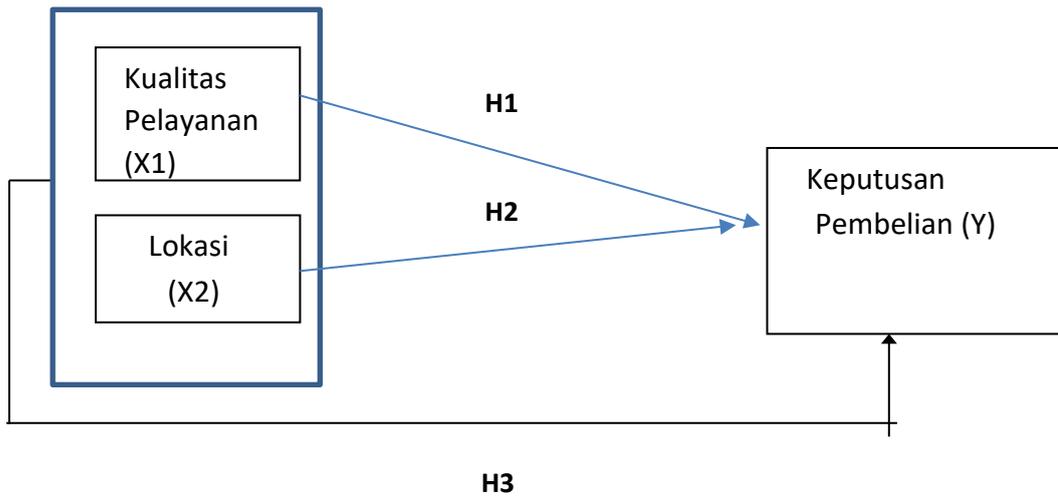
Lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh lia nurlia pada tahun 2020 yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

## **D. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang cara teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting Judul penelitian Pengaruh Kualits Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

Gambar 2.1

**Konstelasi hubungan variabel independen dengan  
variabel dependen**



Kerangka pemikiran diatas menjelaskan hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, baik secara persial maupun secara simultan

### **E. Hipotesis**

(Sugiyono, 2015) mengartikan hipotesis sebagai jawaban sementara yang dibuat berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sudah ditentukan oleh peneliti. Penulisan rumusan masalah dikemas dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan masih sementara karena dugaan tersebut dibuat berdasarkan kepada teori, sehingga dibutuhkan uji hipotesis.

- 1) H1: Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- 2) H2: Lokasi Berpengaruh terhadap keputusan Pembelian.
- 3) H3: Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penelitian adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Jadi, metodologi penelitian adalah suatu cara atau teknik untuk mendapatkan informasi dan sumber data dalam bentuk literatur apapun seperti jurnal, artikel, tesis, buku, koran, dan sebagainya.

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *statistic* deskriptif, digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi, menurut Sugiyono dalam (Syafriada Hafni Sahir, 2022).

## 2. Lokasi Penelitian dan Waktu Pelaksanaan

### a) Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan di Nusamart Sampang yang beralamat di Jl Gerilya, Sampang Selatan, kecamatan Sampang kabupaten Cilacap Kode Pos 53273

### b) Waktu Pelaksanaan,

Waktu penelitian direncanakan akan dilakukan selama 6 bulan yaitu dimulai akhir bulan Januari 2023 sd Juni 2023. Berikut adalah *time schedule* penelitian :

Tabel 3.1

*Time schedule* penyelesaian skripsi dari Januari 2023 sd Juni 2023

No.	Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Pengajuan Judul dan Rekomendasi Pembimbing	■					
2	Konsultasi Awal Dan Menyusun Rencana Kegiatan		■				
3	Proses Bimbingan Untuk Menyelesaikan Proposal			■			
4	Seminar Proposal Skripsi				■		
5	Revisi Proposal Skripsi				■		
6	Pengumpulan Dan Pengolahan Data					■	
	Proses Bimbingan Untuk					■	■

7	Menyelesaikan Skripsi					
8	Ujian skripsi, revisi skripsi, dan pengesahan skripsi					
9	Yudisium					

### 3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### a. Populasi

Secara sederhana populasi dapat diartikan sebagai subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2015) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Nusamart sampan yang berjumlah 150 orang.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Fandy, 2021) menyebut sampel sebagai dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistic atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampai yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Sampel Dalam penelitian ini sampelnya adalah konsumen Anggota dari Nusamart.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Slovin, dalam (Sugiyono) menentukan minimal ukuran sampel yang harus diambil menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{150}{1 + 150 (0,0025)} = \frac{150}{1 + 0,375} = \frac{150}{1,375} = 109,090$$

= 109,090 dibulatkan jadi 109 responden

#### c. Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2015) teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative. Berdasarkan jumlah populasi yang terdapat di Nusamart maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

### 4. Sumber Data

#### a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2015) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data

dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

b. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2015) data sekunder yaitu sumber data yang tidak memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat *document*.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Salah satu Teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut (Sugiyono, 2015) dalam observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Melalui kegiatan observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di Nusamart Sampang.

b. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2015) wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2015) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini adalah jenis angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden.

Skala likert digunakan dalam penelitian ini menggunakan yaitu minimum 1 dan maksimum 5, dikarenakan akan diketahui secara pasti jawaban responden, apakah cenderung kepada jawaban yang setuju maupun tidak setuju. Sehingga hasil jawaban responden yang diharapkan lebih relevan, (Sugiyono, 2015).

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

<b>Pilihan Jawaban</b>		<b>Skor</b>
<b>Setuju</b>	(SS)	5
<b>Setuju</b>	(S)	4
<b>Ragu-Ragu</b>	(RG)	3
<b>Tidak Setuju</b>	(TS)	2
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	(STS)	1

Sumber: Sugiyono (2015)

## B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2015) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis variabel, yaitu:

### 1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015) Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang keberadaannya mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah: Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2).

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Kualitas Pelayanan	Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2012)	1. Bukti Fisik / Berwujud 2. Keandalan. 3. Ketangguhan 4. Jaminan 5. Empati

Sumber : Olahan Penulis

**Tabel 3. 3 Definisi Operasional Lokasi**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Lokasi	Lokasi merupakan letak atau took pengecer pad daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swastha/ 2010)	1. Akses 2. Vasibilitas 3. Lalu <i>(Traffic)</i> 4. Fasilitas parkir 5. Ekspansi

Sumber : Olahan Penulis

## 2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2015) variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 3. 4 Definisi Operasional Keputusan Pembelian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
-----------------	-----------------	------------------

Keputusan Pembeli	keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli (Kotler :2007)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional.</li> <li>2. Minat Referensial.</li> <li>3. Minat Preferensial.</li> <li>4. Minat eksploratif.</li> <li>5. Minat Mitra.</li> </ol>
-------------------	---	--

Sumber: Olahan Penulis

### C. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel (Ghozali, 2011).

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan

R = Korelasi

X = Skor butir (pertanyaan)

Y = Skor factor (variabel)

$n$  = ukuran sampel

dengan taraf signifikan 5%, maka :

Jika  $r > r$  tabel, maka pengukuran adalah valid.

Jika  $r \leq r$  tabel, maka pengukuran adalah tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2011).

$r > r$  tabel, maka pengukuran adalah Reliabel.

$r \leq r$  tabel, maka pengukuran adalah tidak Reliabel

## 3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

(Ghozali, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-

S) dengan tingkat signifikansi (sig) 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

1. Jika nilai signifikansi (sig)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (sig)  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2018) menyebutkan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya hubungan linear antara variabel bebas. Jika ditemukan adanya multikolinieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Metode yang dapat digunakan untuk menganalisa adanya multicollinearity adalah dengan menganalisis nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinieritas adalah:

1. Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan uji Glejser yaitu dengan persamaan regresi:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Dasar pengambilan keputusan dari uji heteroskedastisitas adalah:

- a) Jika nilai signifikansi (sig) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan (sign) < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

(Sihabudin dkk., 2021) mengatakan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Pada penelitian ini data diolah menggunakan software komputer yaitu SPSS untuk

mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan hasil yang telah dikumpulkan melalui pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan beserta pilihan jawaban selanjutnya dibuat daftar tabulasi data dimana data ini dianalisis dengan menggunakan program SPSS 19,0. Adapun teknik analisis data yang dipergunakan oleh penulis adalah regresi linier berganda dengan model analisis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n \dots \dots \dots + e$$

Dimana :

$Y =$  *Dependent variable*

$\alpha =$  Konstansta

$\beta =$  Koefisien regresi variabel X

$X =$  *Independen variable*

$e =$  simpangan baku (*error*)

Aplikasi model tersebut selanjutnya dikondisikan dengan penelitian ini sehingga diperoleh persamaan regresi linear berganda dalam bentuk perkiraan sebagai berikut :

$$Y = \alpha \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

$Y =$  Keputusan Pembelian

$\alpha =$  Bilangan konstan

$\beta =$  Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Variabel Lokasi

$e$  = simpangan baku (*error*)

## 5. Pengujian Hipotesis

### a) Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Pengujian secara parsial (Uji t) dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi t ( $t_{sign}$ ) dengan nilai alpha ( $\alpha = 0,05$ ) pada tingkat kepercayaan 95%.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) ditentukan sebagai berikut :

- 1). Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka Hipotesis diterima, secara parsial X Berpengaruh signifikan terhadap Y
- 2). Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka Hipotesis ditolak, secara parsial X tidak berpengaruh terhadap Y.

Rumus Mencari t Tabel sebagai berikut:

$$t_{table} = (t_{\alpha/2; n-k-1})$$

$\alpha$  : nilai signifikansi

$n$ ; jumlah sampel

$k$ ; jumlah variabel

## b) Uji F

Menurut (Sudrajat, 2011), “Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model regresi untuk menjelaskan kenyataan yang dianalisis. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui signifikansi atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan probability sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ). Dengan rumus

$$F = \frac{R^2/k}{1 - R^2/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

F = Nilai F hitung

$R^2$  = koefisien determinasi

N = banyaknya responden

k = banyaknya variabel yang diamati

Jika  $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ , maka Hipotesis Ditolak

Jika  $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ , maka Hipotesis Diterima

6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

(Ghozali, 2018) mengatakan bahwa koefisien determinasi dengan simbol  $R^2$  merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Secara umum  $R^2$

digunakan sebagai informasi mengenai kecocokan suatu model. Regresi  $R^2$  dijadikan sebagai pengukuran tingkat baiknya garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Apabila  $R^2$  sama dengan 1, maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data secara sempurna.

Tujuan koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya sumbangan (*contribution*) variabel bebas (X) terhadap variasi (naik-turunnya) variabel Y dari persamaan regresi tersebut. Semakin besar ukuran sampel (n) maka nilai  $R^2$  cenderung semakin kecil. Teknik analisis data yang terdiri dari dua variabel bebas, yaitu menggunakan R Square.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data Penelitian**

##### **1. Profil Perusahaan**

Nusamart sampang adalah toko retail modern yang dimiliki oleh warga Nahdhiyin Sampang. Terbentuk dan berdiri dari modal investasi dan dana hibah umat Nahdhiyin khususnya warga sampang. Nusamart digagas dan didirikan oleh keluarga besar MWC NU sampang sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nahdhiyin dan membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok. Nusamart Sampang resmi dibuka pada 17 Ramadhan 1441 H atau tanggal..... Nusamart berlokasi di Jl Gerilya Kecamatan sampang, merupakan lokasi yang strategis dan berada di tengah kota sampang. Sebagaimana mini market pada umumnya Nusamart menyediakan kebutuhan pokok warga masyarakat.

##### **2. Tujuan Nusamart**

- a) Untuk memajukan ekonomi umat menuju kemandirian organisasi.
- b) Dengan izin Allah membuka gerai Nusamart di setiap ranting MWC NU sampang.
- c) Mengajak seluruh warga nahdhiyin untuk bersama-sama membangun ekonomi keumatan bersama Nusamart

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan yang menunjukkan hubungan-hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan masing-masing agar tugas dalam organisasi menjadi efektif dan efisien. Berikut adalah struktur organisasi dari Nusamart Sampang.

**Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan**



## B. Karakteristik Responden

### 1. Responden Menurut Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah responden	persentase
1	Laki - laki	64	58,7 %
2	Perempuan	45	41,3%
Total		109	100%

Sumber: data olahan sendiri

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 64 orang (58,7%) selebihnya berjenis kelamin perempuan berjumlah 45 orang (41,3%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 64 orang (58,7%).

### 2. Responden Menurut Umur

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Umur**

No	Umur	Jumlah responden	persentase
1	20-40	40	36,7%
2	40-50	38	34,9%

3	50-80	31	28,4%
Total		109	100%

Sumber: olahan data penulis

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berumur 20-40 (36,7%), umur 40-50 berjumlah 38 (34,9%), dan umur 50-80 berjumlah 31 (28,4 %). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berumur 20-40 tahun (34,9%).

### 3. Distribusi Pendidikan Responden

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan**

**Terakhir**

No	Pekerjaan responden	Jumlah responden	persentas e
1	SMP	26	23,9%
2	SMA	60	55%
3	Diploma/sarjana	23	21,1%
Total		109	100%

Sumber: olahan data penulis

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMP Sejumlah 26 Orang (23,9%), SMA yang berjumlah 60 orang (55%) selebihnya pendidikan terakhir sarjana berjumlah 23 orang (21,1%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi

responden dengan pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 60 orang (55%).

### C. Analisis Data

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidak validnya masing-masing item kuesioner, maka perlu mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor masing-masing variabel. Skor valid atau tidaknya instrumen apabila hasil yang diperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid, sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak valid.

Berdasarkan data yang terkumpul dari 109 responden yang ditunjukkan dalam tabel , maka terdapat 5 koefisien korelasi (jumlah 5 butir). Hasil analisis item ditunjukkan pada tabel:

##### a. Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,720	0,1865	Valid
2	X1.2	0,719	0,1865	Valid
3	X1.3	0,621	0,1865	Valid
4	X1.4	0,632	0,1865	Valid

5            X1.5            0,515            0,1865            Valid  
 Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.8 diatas setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS versi 26 maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,1865..$

b. Variabel Lokasi (X2)

Untuk hasil uji validitas variabel Lokasi (X2) dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Lokasi)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,512	0,1865	Valid
2	X2.2	0,478	0,1865	Valid
3	X2.3	0,412	0,1865	Valid
4	X2.4	0,565	0,1865	Valid
5	X2.5	0,541	0,1865	Valid

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.9 diatas setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS versi 26 maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,1865.$

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

untuk hasil uji validitas variabel kinerja karyawan (Y) dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kinerja Karyawan)**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Y	0,534	0,1865	Valid
2	Y	0,402	0,1865	Valid
3	Y	0,443	0,1865	Valid
4	Y	0,521	0,1865	Valid
5	Y	0,470	0,1865	Valid

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.10 di atas setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS versi 26 maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena memiliki nilai r hitung  $> 0,865$ .

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menilai Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan diatas atau sama dengan 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel atau handal (sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan 109 kuesioner yang disebarkan pada responden. Diketahui. Setiap item pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Adapun data uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)**

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.716	5
------	---

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0,716 dan jumlah item pernyataan adalah 5 dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena  $0,716 > 0,60$ .

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.17 diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0,830 dan jumlah item pernyataan adalah 5 dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena  $0,830 > 0,60$ .

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian**

**(Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.644	5

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0,644 dan jumlah item pernyataan adalah 5 dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena  $0,644 > 0,60$ .

Pada masing-masing item yang mendukung variabel disiplin kerja, lingkungan kerja dan kinerja karyawan telah menghasilkan Cronbach Alpha diatas 0,60. Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel telah reliabel atau handal.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

(Ghozali, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan tingkat signifikansi (sig) 0,05.

**Tabel 4. 10 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.52355010
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.058
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.050 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Berdasarkan uji normalitas dengan pendekatan Kolmogorov Smimov, residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dari tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dilihat melalui nilai Asymptotic Significance (2-tailed), sebesar  $0,50 > 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual berdistribusi dengan normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) menyebutkan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya hubungan linear antara variabel bebas. Jika ditemukan adanya multikolinearitas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis adanya multicollinearity adalah dengan menganalisis nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF).

## Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	18.214	1.619		11.251	.000		
	Kualitas Pelayanan	-.083	.038	-.172	-2.184	.030	.815	1.083
	Lokasi	.029	.043	.053	.673	.502	.815	1.083

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Tabel 4.15 diatas memperlihatkan nilai tolerance dan VIF dari semua variabel bebas. Nilai tolerance yang didapat pada disiplin kerja 0,815, lingkungan kerja 0,815 , dan nilai VIF disiplin kerja 1.083, lingkungan kerja 1.083. Nilai tolerance dan VIF dari semua variabel memenuhi kriteria dimana nilai tolerance besar dari 0,1 dan VIF kecil dari 10, artinya tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji

Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen.

**Tabel 4. 11 Hasil Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.053	.966		2.125	.035
	Kualitas Pelayanan	.005	.023	.017	.213	.745
	Lokasi	-.009	.026	-.029	-.366	.612

a. Dependent Variable: abs\_RES

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Dari tabel 4.16 di atas pengujian uji heteroskedastisitas dilakukan melalui SPSS dengan menggunakan Uji Glejser dan dihasilkan bahwa nilai sig disiplin kerja sebesar 0,745 yang artinya nilai sig > 0,05 dan sig lingkungan kerja sebesar 0,612 yang berarti bahwa nilai sig > 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel disiplin kerja dan lingkungan kerja tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan alat bantu SPSS, diperoleh:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.348	1.096		16.743	.000
	Kualitas Pelayanan	.043	.034	.219	4.418	.005
	Lokasi	.031	.030	.076	2.903	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX1 + bX2 + e$$

$$Y = 17,348 + 0.043 X1 + 0.031X2$$

Dari tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa

- a. Nilai a sebesar 17,348 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kinerja karyawan belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan.
- b. Koefisien X1 sebesar 0, 043 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1% maka keputusan pemilihan meningkat sebesar 0,043 (4,3%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun 0,043 (4,3%)

- c. Koefisien X2 sebesar 0,031 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Lokasi) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,031 (3,1%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (Lokasi) sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun 0,285 (28,5%)

## 5. Hasil Pengujian Hipotesis

### a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah variabel disiplin kerja dan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.348	1.096		16.743	.000
	Kualitas Pelayanan	.043	.034	.219	4.418	.005
	Lokasi	.031	.030	.076	2.903	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.18 diatas maka didapatkan t hitung dari variabel independen tersebut. Selanjutnya diuji dengan rumus  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasannya atau rumus mencari nya  $t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$  maka

didapatkan  $t_{\text{tabel}} = 1.658$  dari tabel diatas maka dapat disimpulkan dengan pengambilan keputusan:

- 1) Apabila nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
- 2) Namun jika nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

Adapun dari hasil uji statistic uji t diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Pelayanan diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  (4,418), karna  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $4,418 > 1.658$ ) maka dapat dikatakan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian maka Hipotesis pertama yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dinyatakan diterima.
- 2) Variabel Lokasi diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  (2.903), karna  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $2.903 > 1.658$ ) maka dapat dikatakan variabel Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian maka Hipotesis kedua yang menyatakan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dinyatakan diterima.

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) yang berarti pengaruh Kualitas

Pelayanan dan Lokasi secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian :

**Tabel 4. 14 Hasil Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.421	2	18.211	4.770	.009 <sup>b</sup>
	Residual	610.791	162	3.770		
	Total	647.212	164			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Pada tabel 4.19 diatas maka didapatkan nilai fhitung sebesar (4.770), jika diuji dengan rumus  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 0,009, dan  $f_{tabel} = 3.08$  maka dapat disimpulkan  $f_{hitung} > f_{tabel} = (4,770) > 3.082$  karna  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dapat kita ambil kesimpulan dari uji f simultan adalah kualitas pelayanan (X1), dan Lokasi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan kualitas pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dinyatakan diterima

#### 6. Determinan R

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur sebesar kemauan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah sebesar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model

yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan  $R^2$  (mendekati nol) maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil, artinya model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini bisa dibuktikan dengan menggunakan SPSS. Berikut hasil dari pengujian Uji R menggunakan SPSS:

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Determinan R**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	.667	.653	.310

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data spss versi 26 yang diolah peneliti 2023

Dari tabel 4.20 diatas maka didapatkan data bahwa nilai R Square sebesar 0,667. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 66,7%. Sedangkan sisanya 33,3% (100% - 66,7%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara

parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Berikut ini dijabarkan penjelasan atas jawaban dari hipotesis penelitian.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) hipotesis X1 diperoleh nilai t hitung sebesar (4,418) dan t tabel (1,658) atau  $\text{sig } \alpha = 0,005$  berada dibawah 0,05 Artinya variable kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sehingga H1 yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian” diterima. Hal ini ditunjukkan Secara umum responden memberi penilaian positif tentang variabel ualitas pelayanan..

2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) hipotesis X2 diperoleh nilai t hitung sebesar (2.903) dan t tabel (1,658) atau  $\text{sig } \alpha = 0,032$  berada dibawah 0,05 menunjukan adanya pengaruh yang positif dari variabel lokasi terhadap keputusan pembelian. Sehingga H1 yang berbunyi “lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian” diterima. Hal ini ditunjukkan Secara umum responden memberi penilaian positif tentang variabel lokasi.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri kualitas pelayanan dan lokasi dinyatakan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian uji F, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian uji F yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,009 yang artinya nilai sig < 0,05 dan nilai f hitung sebesar 4,770 yang artinya f hitung > f tabel sebesar 3,05. Sehingga H3 yang berbunyi “kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian” diterima. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Nusamart sampang.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi di Nusamart sampang), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai t hitung sebesar (4,418) dan t tabel (1,658) atau sig  $\alpha = 0,005$  berada dibawah 0,05.
2. Lokasi (X2) secara Parsial memiliki pengaruh Keputusan Pembelian (Y) di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai t hitung sebesar (2,903) dan t tabel (1,658) atau sig  $\alpha = 0,032$  berada dibawah 0,05.
3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart Sampang. Dengan hasil regresi diperoleh nilai F hitung sebesar (4,770) dan F tabel (3.05) atau sig = 0,009 berada dibawah 0,05.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Nusamart Sampang, yang berarti bahwa saat indikator-indikator daripada kualitas pelayanan ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat. Nusamart sampang agar selalu meningkatkan Kualitas pelayanan sebagaimana indicator yang penulis teliti yaitu (Bukti Fisik / Berwujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati ). Dari hasil penelitian didapati bahwa indicator Bukti Fisik/ Berwujud dan ketanggapan memiliki nilai lebih sedikit dibandingkan dengan yang lain, maka pihak Nusamart sampang hendaknya meningkatkan Bukti Fisik/ Berwujud dan ketanggapan terhadap konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Nusamart Sampang, yang berarti bahwa saat indikator-indikator daripada Lokasi ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat. Nusamart sampang agar selalu meningkatkan Lokasi sebagaimana indicator yang penulis teliti yaitu (Akses, Vasibilitas, Lalu (*Traffic*), Fasilitas parkir dan Ekspansi). Dari hasil penelitian didapati bahwa indicator Fasilitas parkir dan Ekspansi memiliki nilai lebih sedikit dibandingkan dengan yang lain, maka pihak Nusamart sampang hendaknya meningkatkan Fasilitas parkir dan Ekspansi terhadap konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

### C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji  $R^2$ , Kualitas Pelayanan dan Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 66,7% sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variable lain seperti Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan variable lainnya

## DAFTAR PUSTAKA

- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute: Gowa.
- Fandy. (2021). *Pengertian Populasi dan Sampel Dalam Penelitian Kuantitatif*. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-populasi-dan-sampel>
- Ghozali, I (2006) *Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi ke 3*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : undip
- Ghozali (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler (2009). *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan). PT Prenhallindo; Jakarta.
- Kotler and Keller (2008) , *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler and G. Armstrong (2012), *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Keenam, (Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum), Jakarta : penerbit Intermedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta.
- Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi ke-2, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Martono, Nanang (2016), *metode penelitian kuantitatif*, cetakan ke- 5 (Depok: PT. Rajagrafindo).
- Nur'Aini DF, Fajar (2016) , *Panduan Melakukan Riset Pemasaran*, Cetakan Pertama Quadrant perum Tegal Sari blok 2: Yogyakarta
- Pandi Afandi. (2016). *Concept & Indicator Human Resources Management For Management Research*. Yogyakarta Indonesia: CV Budi Utama
- Rukajat, Ajat (2018), *Pendekatan Pevelitian Kuantitatif*, Edisi 1, CV Budi Utama: Yogyakarta
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta (Kantor I): Anggota IKAPI
- Sihabudin dkk. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* . Banyumas: CV. Pena Persada.
- Sudjana (2002), *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sudrajat (2011), *Mengenal Ekonometrika Pemula*, Cetakan Kesatu, Bandung: Armico
- Sugiyono (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono (2006), *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Swastha Dharmmesta, Basu (2018), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, Cetakan ke 7, BPFE : Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy (2002), *strategi bisnis*, Edisi 1, Andi : Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran* , Edisi ke 4, Andi : Yogyakarta.

Tri Rochmawan, Laksono (2008). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Semarang : Anindya.

Winardi,. (2007), *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Cetakan Pertama, Bandung : Tarsito

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **PERSETUJUAN PENELITIAN**

Lampiran 1 Persetujuan Penelitian



## **LAMPIRAN KUISEONER**

### **PENGANTAR KUISEONER**

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Lampiran : 1 Berkas

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Nusamart Sampang)

Dengan Hormat,

Bersama dengan ini saya adalah mahasiswa yang saat ini sedang menyusun skripsi dan menyelesaikan Studi pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali. Skripsi ini merupakan syarat untuk menempuh kelulusan Strata 1, maka dari itu peneliti memohon kesediaan kepada Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner walaupun disadari bahwa kesibukan selalu menyertai tugas dan pekerjaan Bapak/Ibu.

Dalam pengisian kuesioner ini, dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab secara objektif dan jujur sehingga setiap jawaban adalah benar karena sesuai dengan keadaan sebenarnya. Jawaban yang diberikan tidak akan mempengaruhi pekerjaan dan karir Bapak/Ibu karena penelitian ini semata-mata bertujuan untuk kepentingan ilmiah.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang berharga bagi penelitian ini. Atas perhatian dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

Cilacap, 24 Mei 2023

Sugino

## KUESIONER

### Lampiran 1. 1 Kuesioner

<b>Variabel Kualitas Pelayanan</b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>ITEM</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Nusamart sampang memiliki fasilitas yang cukup memadai					
2	Nusamart sampang bisa memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan					
3	Nusamart sampang memberikan pelayanan yang tanggap dalam segala hal					
4	Nusamart sampang memberikan pelayanan yang sopan dan ramah					
5	Nusamart sampang memberikan perhatian yang tulus dan empathy kepada konsumen					

<b>Variabel Lokasi</b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>ITEM</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Nusamart sampang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi					

2	Nusamart sampang mudah dicari dan terlihat jelas dari jalan					
3	Nusamart sampang terletak dijalur lalu lintas ramai					
4	Nusamart sampang memiliki tempat parker yang memadai					
5	Nusamart sampang memiliki lahan untuk perluasan usaha					

<b>Variabel Keputusan Pembelian</b>						
<b>N O</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>ITEM</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya selalu bertransaksi membeli produk di Nusamart sampang					
2	Saya berniat mereferensikan pembelian produk di nusamart sampang kepada teman dan saudara saya					
3	Sebelum membeli produk di nusamart sampang saya selalu membuat daftar belanja.					
4	Saya tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk dari Nusamart sampang					

5	Saya berniat untuk menjadi mitra bisnis Nusamart sampan.					
---	---	--	--	--	--	--

## **LAMPIRAN TABULASI DATA**

NO	Kualitas Pelayanan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	37
3	5	5	5	2	3	3	3	3	2	3	34
4	4	3	2	5	4	2	3	5	3	3	34
5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	38
6	5	4	3	3	4	5	3	3	4	5	39
7	3	5	5	4	4	3	5	4	4	3	40
8	4	5	4	2	3	5	3	5	3	4	38
9	5	4	5	3	4	5	4	4	1	5	40
10	3	3	4	5	4	4	2	3	5	4	37
11	4	3	5	4	5	5	1	3	4	3	37
12	5	4	1	5	3	3	3	4	5	1	34
13	4	5	3	4	5	4	2	5	3	2	37
14	3	3	2	4	4	5	1	3	4	3	32
15	4	3	4	4	4	3	4	4	1	4	35
16	3	2	2	2	3	2	3	5	3	5	30
17	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	42
18	2	1	1	2	1	2	3	5	4	4	25
19	2	2	2	2	2	2	3	5	2	5	27
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	2	3	2	2	3	5	3	4	3	30
22	2	1	2	2	1	1	4	5	5	5	28
23	1	1	1	1	1	1	5	4	3	4	22
24	2	3	3	2	3	2	3	4	2	5	29
25	2	2	2	3	2	3	5	5	4	3	31
26	3	2	2	2	2	3	4	4	3	5	30
27	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	41
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
29	3	2	2	3	2	2	3	4	5	3	29
30	2	1	2	2	2	2	3	3	4	5	26
31	3	2	2	3	2	3	2	3	2	4	26
32	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	40
33	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
34	3	2	3	3	3	3	5	3	5	5	35
35	2	1	1	1	2	2	5	2	3	2	21
36	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	30

37	3	2	2	2	2	3	5	4	5	4	32
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
39	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	41
40	2	2	2	3	3	3	5	5	5	3	33
41	4	3	4	4	3	3	4	5	2	4	36
42	2	2	2	2	2	2	4	4	3	5	28
43	2	3	3	3	3	2	4	4	5	5	34
44	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	39
45	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	40
46	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	39
47	3	3	3	3	4	3	3	5	4	5	36
48	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	40
49	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40
50	3	4	3	3	4	3	3	4	5	3	35
51	2	2	3	2	1	3	3	4	3	5	28
52	4	4	3	4	4	4	3	5	4	2	37
53	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	37
54	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
55	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	37
56	2	1	2	2	2	2	5	5	4	5	30
57	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	35
58	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
59	3	3	3	2	3	2	4	5	4	5	34
60	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
61	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4	38
62	3	3	4	3	3	3	5	2	5	5	36
63	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	38
64	2	3	3	2	2	2	5	4	4	5	32
65	4	3	3	4	3	3	4	5	4	5	38
66	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	39
67	2	2	3	2	3	1	5	4	5	5	32
68	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	38
69	3	3	4	4	4	3	3	4	5	4	37
70	4	3	3	3	4	4	4	5	3	5	38
71	2	3	3	3	2	2	4	4	4	5	32
72	3	4	3	3	3	3	5	4	5	5	38
73	2	3	2	2	2	2	3	5	5	4	30
74	3	2	2	2	3	2	4	4	4	5	31
75	3	3	2	2	2	2	5	4	4	5	32

76	2	3	2	2	1	2	3	5	4	4	28
77	3	3	3	3	3	3	5	4	1	5	33
78	3	3	3	4	4	3	1	5	5	3	34
79	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	35
80	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
81	4	3	3	4	3	4	5	4	2	5	37
82	3	2	2	3	3	3	3	5	4	3	31
83	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34
84	3	4	3	3	4	4	5	4	5	3	38
85	2	3	3	2	2	3	4	5	4	4	32
86	3	4	3	4	4	4	5	4	3	5	39
87	4	5	4	5	4	4	3	2	5	4	40
88	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	45
89	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	37
90	3	4	5	4	3	4	5	3	3	4	38
91	4	5	4	5	4	5	3	4	3	5	42
92	5	4	4	4	5	4	4	5	5	2	42
93	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	38
94	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44
95	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	39
96	3	5	4	3	5	5	3	5	4	3	40
97	5	5	4	5	2	4	4	4	3	4	40
98	5	4	5	4	5	4	5	3	4	3	42
109	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	41

NO	Lokasi						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	5	5	5	5	29
2	4	3	4	3	4	3	21
3	4	5	5	4	4	3	25
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	4	29
6	4	4	4	4	4	3	23
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	3	4	4	3	4	22
9	4	4	4	4	4	4	24
10	2	2	2	2	3	3	14
11	5	5	5	5	4	5	29
12	2	2	3	3	3	3	16
13	5	5	4	5	5	5	29
14	4	4	3	3	4	3	21
15	2	2	2	3	3	3	15
16	4	4	4	3	4	4	23
17	5	4	2	4	4	4	23
18	2	2	1	1	3	3	12
19	5	5	3	5	4	5	27
20	2	3	5	2	4	4	20
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	4	4	28
23	5	5	5	4	4	5	28
24	5	5	5	4	5	4	28
25	5	5	4	4	4	5	27
26	5	4	4	4	4	5	26
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	2	2	3	2	2	1	12
30	2	2	1	1	3	3	12
31	4	4	4	5	5	4	26
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	3	5	3	5	3	24
34	5	5	4	4	5	3	26
35	4	4	4	4	4	5	25
36	5	5	4	5	5	4	28
37	3	4	4	4	3	4	22

38	4	4	4	4	3	4	23
39	5	4	4	4	4	3	24
40	3	4	5	4	4	5	25
41	2	2	3	2	2	1	12
42	3	3	5	5	4	4	24
43	3	3	2	2	1	1	12
44	5	4	4	4	4	4	25
45	4	5	4	4	4	4	25
46	2	2	3	2	2	1	12
47	2	3	4	1	2	1	13
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	5	4	4	4	4	25
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	3	3	4	4	4	22
53	3	3	3	4	3	4	20
54	2	2	1	1	1	2	9
55	4	4	5	4	4	4	25
56	3	2	2	4	3	4	18
57	4	4	4	4	4	5	25
58	3	3	2	4	3	3	18
59	2	1	2	1	3	3	12
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	3	2	1	2	2	13
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	3	3	2	2	4	18
65	5	5	5	5	4	5	29
66	4	4	4	4	5	5	26
67	2	2	4	4	2	1	15
68	4	4	4	4	5	4	25
69	4	5	3	5	5	4	26
70	4	5	3	5	4	4	25
71	5	5	3	5	5	5	28
72	4	4	4	5	4	4	25
73	2	2	1	1	1	2	9
74	2	1	2	1	3	3	12
75	5	4	3	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24

77	5	5	1	4	3	5	23
78	4	3	4	4	5	5	25
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	5	5	4	4	5	27
81	3	4	4	4	3	4	22
82	3	4	3	4	4	4	22
83	4	4	4	5	4	5	26
84	5	5	5	5	5	5	30
85	2	1	2	1	3	3	12
86	3	3	3	2	2	1	14
87	4	4	5	3	3	3	22
88	4	4	5	4	4	4	25
89	4	4	4	4	3	4	23
90	3	3	3	3	4	4	20
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	5	4	5	4	28
93	5	4	4	4	4	5	26
94	4	4	5	4	3	4	24
95	5	5	4	4	4	5	27
96	5	5	4	4	4	4	26
97	3	5	5	5	5	5	28
98	4	4	5	5	4	5	27
109	3	4	4	4	4	4	23

NO	Keputusan Pembelian				Jumlah
	1	2	3	4	
1	3	3	3	3	12
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	17
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	4	19
7	5	4	4	4	17
8	4	4	5	4	17
9	5	5	4	4	18
10	5	5	4	4	18
11	3	5	5	5	18
12	4	4	5	5	18
13	3	4	4	4	15
14	4	4	4	5	17
15	3	4	4	4	15
16	4	3	4	4	15
17	3	1	4	4	12
18	4	4	1	3	12
19	3	4	4	4	15
20	3	5	5	5	18
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	4	4	4	5	17
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	5	20
27	4	4	1	3	12
28	4	4	4	4	16
29	3	4	4	4	15
30	3	1	4	4	12
31	3	1	4	4	12
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	5	3	5	4	17
35	5	5	5	5	20

36	4	4	4	4	16
37	5	4	5	5	19
38	4	4	4	4	16
39	3	3	4	4	14
40	3	3	4	5	15
41	4	5	4	4	17
42	3	4	4	4	15
43	5	5	3	3	16
44	3	3	4	5	15
45	3	4	4	4	15
46	4	4	4	4	16
47	5	5	3	3	16
48	3	4	4	4	15
49	4	5	4	5	18
50	4	4	4	4	16
51	4	4	5	4	17
52	4	4	4	4	16
53	5	5	4	5	19
54	5	5	4	4	18
55	4	4	4	4	16
56	5	4	5	4	18
57	4	4	5	4	17
58	3	5	3	3	14
59	5	4	4	4	17
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	3	3	4	3	13
63	3	4	3	4	14
64	2	4	2	4	12
65	4	5	4	4	17
66	5	3	1	1	10
67	3	5	3	3	14
68	4	4	5	5	18
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	4	4	5	5	18
73	4	4	5	5	18
74	4	5	4	4	17

75	5	3	5	5	18
76	4	4	4	4	16
77	2	4	2	4	12
78	2	4	2	4	12
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	5	3	1	3	12
82	5	5	5	5	20
83	4	4	5	4	17
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	3	3	3	3	12
87	5	4	3	5	17
88	5	4	5	5	19
89	3	3	4	3	13
90	1	1	4	4	10
91	5	3	3	1	12
92	4	4	4	4	16
93	4	4	5	4	17
94	1	1	4	4	10
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	5	5	5	4	19
98	5	4	4	4	17
99	4	4	5	4	17
100	5	5	4	4	18
101	5	5	4	4	18
102	3	5	5	5	18
103	4	4	5	5	18
104	3	4	4	4	15
105	4	4	4	5	17
106	3	4	4	4	15
107	4	3	4	4	15
108	3	1	4	4	12
109	4	4	1	3	12

## **LAMPIRAN HASIL UJI SPSS**

r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920

## T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

df \ Pr	0.25		0.10		0.05		0.025		0.01		0.005		0.001	
	0.50	0.20	0.20	0.10	0.10	0.050	0.02	0.02	0.02	0.010	0.010	0.002	0.002	
81	0.67753	1.29209	1.66355	1.95969	2.37327	2.63790	3.19392							
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.95932	2.37269	2.63712	3.19262							
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.95896	2.37212	2.63637	3.19135							
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.95861	2.37156	2.63563	3.19011							
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.95827	2.37102	2.63491	3.18880							
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.95793	2.37049	2.63421	3.18772							
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.95761	2.36996	2.63353	3.18657							
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.95729	2.36947	2.63286	3.18544							
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.95696	2.36896	2.63220	3.18434							
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.95667	2.36850	2.63157	3.18327							
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.95635	2.36803	2.63094	3.18222							
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.95609	2.36757	2.63033	3.18119							
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.95580	2.36712	2.62973	3.18019							
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.95552	2.36667	2.62915	3.17921							
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.95525	2.36624	2.62858	3.17825							
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.95496	2.36582	2.62802	3.17731							
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.95472	2.36541	2.62747	3.17639							
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.95447	2.36500	2.62693	3.17549							
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.95422	2.36461	2.62641	3.17460							
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.95397	2.36422	2.62589	3.17374							
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.95373	2.36384	2.62539	3.17289							
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.95350	2.36346	2.62489	3.17206							
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.95326	2.36310	2.62441	3.17125							
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.95304	2.36274	2.62393	3.17045							
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.95282	2.36239	2.62347	3.16967							
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.95260	2.36204	2.62301	3.16890							
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.95238	2.36170	2.62256	3.16815							
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.95217	2.36137	2.62212	3.16741							
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.95197	2.36105	2.62169	3.16669							
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.95177	2.36073	2.62126	3.16598							
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.95157	2.36041	2.62085	3.16528							
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.95137	2.36010	2.62044	3.16460							
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.95118	2.35980	2.62004	3.16392							
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.95099	2.35950	2.61964	3.16326							
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.95081	2.35921	2.61926	3.16262							
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.95063	2.35892	2.61888	3.16198							
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.95045	2.35864	2.61850	3.16135							
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.95027	2.35837	2.61814	3.16074							
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.95010	2.35809	2.61778	3.16013							
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.94993	2.35782	2.61742	3.15954							

## HASIL UJI VALIDITAS

### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.614**	.425**	.312**	.369**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.2	Pearson Correlation	.614**	1	.346**	.443**	.492**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.3	Pearson Correlation	.425**	.346**	1	.570**	.234*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.020	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.4	Pearson Correlation	.312**	.443**	.570**	1	.123	.632**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.224	.000
	N	109	109	109	109	109	109
X1.5	Pearson Correlation	.369**	.492**	.234*	.123	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020	.224		.000
	N	109	109	109	109	109	109
TOTAL	Pearson Correlation	.720**	.715**	.621**	.632**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109	109
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

### Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

<i>Correlations</i>							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	1	.522**	.379**	.384**	.040	.512**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000	.000	.000	.694	.000
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.522**	1	.495**	.371**	.155	.478**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000		.000	.000	.125	.000
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.379**	.495**	1	.442**	.237*	.412**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000		.000	.018	.000
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
X2.4	<i>Pearson Correlation</i>	.384**	.371**	.442**	1	.396**	.565**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000		.000	.000
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
X2.5	<i>Pearson Correlation</i>	.040	.155	.237*	.396**	1	.541**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.694	.125	.018	.000		.000
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
TOTAL	<i>Pearson Correlation</i>	.512**	.478**	.412**	.565**	.541**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.000	.000	.000	
	<i>N</i>	109	109	109	109	109	109
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

### Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.472**	.269**	.252*	.103	.534**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.012	.311	.000
	N	109	109	109	109	109	109
Y.2	Pearson Correlation	.472**	1	.142	.331**	.174	.402**
	Sig. (2-tailed)	.000		.161	.001	.084	.000
	N	109	109	109	109	109	109
Y.3	Pearson Correlation	.269**	.142	1	.412**	.406**	.443**
	Sig. (2-tailed)	.007	.161		.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
Y.4	Pearson Correlation	.252*	.331**	.412**	1	.579**	.521**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.000		.000	.000
	N	109	109	109	109	109	109
Y.5	Pearson Correlation	.103	.174	.406**	.579**	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.311	.084	.000	.000		.000
	N	109	109	109	109	109	109
TOTAL	Pearson Correlation	.534**	.402**	.443**	.521**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	109	109	109	109	109	109
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

## HASIL UJI RELIABILITAS

### Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	5

### Variabel Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

### Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.644	5

### HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52355010
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.058
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.050 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.214	1.619		11.251	.000		
	Kualitas Pelayanan	-.083	.038	-.172	-2.184	.030	.815	1.083
	Lokasi	.029	.043	.053	.673	.502	.815	1.083

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.053	.966		2.125	.035
	Kualitas Pelayanan	.005	.023	.017	.213	.745
	Lokasi	-.009	.026	-.029	-.366	.612

a. Dependent Variable: abs\_RES

### HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.348	1.096		16.743	.000
	Kualitas Pelayanan	.043	.034	.219	4.418	.005
	Lokasi	.031	.030	.076	2.903	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### HASIL UJI T

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.348	1.096		16.743	.000
	Kualitas Pelayanan	.043	.034	.219	4.418	.005
	Lokasi	.031	.030	.076	2.903	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**HASIL UJI F**

		<b>ANOVA<sup>a</sup></b>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.421	2	18.211	4.770	.009 <sup>b</sup>
	Residual	610.791	162	3.770		
	Total	647.212	164			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

**HASIL UJI DETERMINAN R**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	.667	.653	.310

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**BIODATA PENULIS**

Lampiran 2 Biodata Penulis

.....