

## ***The Influence Of Service Quality, Price, Location On Purchasing Decisions At The Brilliant Bunda Arum Restaurant, Bumi Agung Sub-District, Right Way District***

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan**

Rini Apriyani<sup>1\*</sup>, Ayu Lestari<sup>2</sup>

STIE Trisna Negara Belitang OKU Timur<sup>1,2</sup>

[apriyanirini978@gmail.com](mailto:apriyanirini978@gmail.com)<sup>1</sup>, [ayulestarii0404@gmail.com](mailto:ayulestarii0404@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

*The rapid development of business requires businesses to continue to innovate in order to become the customer's choice in purchasing decisions, one of which is the Brilian Bunda Arum Restaurant which is located in the Bumi Agung District, Way Kanan Regency. This study aims to determine the effect of service quality, price, location on purchasing decisions at Brilian Bunda Arum Restaurant. This study uses quantitative research methods, while data collection techniques are carried out using questionnaires in the form of Google Docs which are distributed to several social media platforms as well as by exploring journals, books and other information relevant to research. The results showed that service quality and price had a significant effect on purchasing decisions, while location did not significantly influence purchasing decisions at Brilian Bunda Arum Restaurant.*

**Keywords:** Service, Price, Location, Purchasing Decision

#### **ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan bisnis menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar menjadi pilihan pelanggan dalam keputusan pembelian, salah satunya yaitu Rumah Makan Brilian Bunda Arum yang terletak di wilayah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan. Tujuan dilakukannya penelitian ini guna mencari tahu pengaruh kualitas layanan, harga, serta lokasi pada keputusan pembelian di RM Brilian Bunda Arum. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner berupa Google Docs yang disebar ke beberapa platform media sosial serta dengan menggali buku, jurna, atau sumber yang relevan lainnya. Hasilnya menyimpulkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum.

**Kata Kunci :** Pelayanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

## **1. Pendahuluan**

### **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bidang usaha termasuk kuliner dan bisnis semakin besar dan maju di masa seperti sekarang ini. Munculnya usaha atau bisnis yang serupa atau sejenis berdampak pada peningkatan keketatan persaingan. Seorang usahawan harus bisa memutuskan sebuah keputusan dengan sangat baik dan tepat untuk menangani permasalahan tersebut. Agar bisa terus berkemabang dna bertahan, para pelaku usaha harus bisa memenangkan persaingan dan mempertahankan pasar. Agar mampu bersaing dan memusakan para pelanggannya, mereka harus mengetahui keinginan dan kebutuhan para pelanggannya. Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Sebuah strategi atau aktivitas yang perusahaan harus lakukan agar dapat bersaing dengan pesaingnya disebut pelayanan. Layaknya manusia yang berusaha mempertahankan kehidupan dengan memenuhi kebutuhan primernya berupa minum dan makan, seseorang yang

memiliki selera makan akan memakan sesuatu dengan perasaan yang puas. Timbulnya selera makan diawali oleh penyajian, rasa, dan aroma makanan yang terlihat menarik. Orang yang menyantap makanan akan merasa puas dan nikmat ketika menyantap hidangan yang memiliki penampilan menarik. Oleh sebab itu, makanan yang disajikan harus memiliki tampilan yang menarik, bukan hanya terlihat bervariasi, bersih, enak dan bergizi. "Makanan dan minuman akan mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi apabila ditunjang dengan adanya cara penyajian yang menarik sehingga membangkitkan selera makan, penyajian makanan dan minuman atau dikenal dengan istilah *Food And Beverage Service* akan terkait dengan adanya menu yang dihidangkan, peralatan makan dan minum, personalia penghidang makanan dan minuman, teknik pelayanan makanan, sopan santun serta etiket makan". Bisa dikatakan bahwa penyajian makanan berhubungan erat dengan cara yang baik dalam menghidangkan makanan, pemilihan alat yang tepat, menghias makanan, dan penataan makanan. Saat ini usaha restoran sangat populer baik di pedesaan maupun di perkotaan. Pola kehidupan masyarakat mulai berubah seiring berkembangnya jaman. Banyak kalangan yang mengandalkan pengusaha makanan seperti restoran dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum atau dalam hal penyajian makanan untuk sehari-hari atau acara tertentu karena kesibukan yang tidak mengenal waktu. Karena hal inilah usaha bidang makanan atau resto berkembang dengan sangat cepat.

Kualitas yang bagus dapat dilihat dari persepsi konsumen sangat penting terhadap penilaian dan pelayanan terhadap keunggulan suatu perusahaan baik itu perusahaan jasa maupun perusahaan barang". Masing-masing perusahaan memiliki caranya sendiri dalam melayani pelanggannya. Kualitas pelayanan dapat berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Arianto, 2018).

Sebuah perusahaan membutuhkan sebuah strategi agar bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Demi kepuasan konsumen, perusahaan perlu memahami kebutuhan pasar dan menganalisisnya. Faktor utama keberhasilan sebuah perusahaan adalah konsumennya, jika konsumen merasa puas maka perusahaan tersebut dikatakan telah berhasil. Pelayanan konsumen perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar bisa bertahan bahkan mengalami kemajuan. Dunia bisnis di era globalisasi memunculkan banyak pesaing sehingga dalam mengumpulkan konsumen, para pengusaha dituntut untuk terus berkembang dan kreatif. "Persaingan antar produk kini semakin meningkat sehingga perusahaan menjaga keamanan atau kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mempertahankan suatu konsumen". Kepuasan konsumen berupa penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk di mana harapan dan kebutuhan yang digunakan terpenuhi (Daryanto, 2011).

Menurut (Philip Kotler & Armstrong, 2018) "Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun". Menurut (Hutagaol, 2019) "keputusan pembelian adalah suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan yang terdiri dari pengaruh kualitas, produk, harga, lokasi". Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti location atau lokasi, promotion atau promosi, price atau harga, dan product atau produk. "Pertama harga, harga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu bisnis, konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Bagi konsumen harga adalah nilai tukar suatu produk yang dinyatakan dalam satuan moneter". Oleh karena itu konsumen kemungkinan enggan membeli produk yang harganya terlalu tinggi. Lokasi juga memengaruhi keputusan pembelian, di mana tempat yang lebih dekat dan mudah dijangkau akan lebih dipilih konsumen dibandingkan yang jauh dan sulit dijangkau. "Dalam suatu restoran atau rumah makan lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota atau dekat dengan keramaian akan menarik perhatian konsumenserta meningkatkan kunjungan pelanggan".

Faktor selanjutnya ialah produk. Sebuah tempat diproduksinya atau dipasarkannya sebuah produk yang bisa dijangkau oleh pembeli disebut lokasi (Philip Kotler dan Armstrong, 2018). Tempat atau berdirinya usaha yang sangat mempengaruhi kesuksesan usaha karena lokasi erat kaitannya dengan keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut (Buchari, 2018) keputusan pembelian adalah suatu proses keputusan konsumen yang dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu yang mempengaruhi process, people, fisical evidence, promosi, lokasi, harga, produk, budaya, politik, teknologi, keuangan, dan ekonomi. Mulai abad ke 9, rumah makan mulai bermunculan sebelum adanya negara Tiongkok lebih tepatnya di wilayah Timur Tengah. Di abad pertengahan menurut agama Islam, sudah ada sebuah tempat yang menyediakan berbagai makanan dan bisa dibeli oleh orang lain. Abad ke 10 di Timur Tengah tempat atau rumah makan ini dinamai Al-Muqaddasih oleh ahli geografi yang lahir pada 945 M. Rumah makan tergolong sebagai sebuah jasa yang menawarkan minuman dan makanan yang mana masing-masing pelaku usahanya saling meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dengan berbagai cara sebagai bentuk persaingan antar sesamanya. Persaingan dapat tercapai atau dimenangkan oleh perusahaan yang memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen.

Rumah makan Brilian Bunda Arum yang beralamatkan di Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan yang berdiri dari Tahun 2017 sampai saat ini mengalami penurunan jumlah konsumen. Dengan demikian maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan".

### **Rumusan Masalah**

Berikut rumusan masalah penelitian yang peneliti tetapkan mengacu pada penjabaran sebelumnya:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?
3. Apakah lokasi berpengaruh keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?

### **Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan penelitian yang peneliti tetapkan mengacu pada penjabaran latar belakang dan rumusna maslaah sebelumnya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan?

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini ialah:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana praktik dan penerapan teori dan ilmu yang peneliti peroleh selama kuliah terutama terkait ilmu manajemen mengenai keputusan pembelian, produk, lokasi, dan harga yang ada di lapangan secara langsung.

2. Bagi Universitas  
Mampu dijadikan penambah ilmu pengetahuan dan wawasan dan dijadikan revisi maupun pembandingan untuk peneliti selanjutnya.
3. Bagi Rumah Makan  
Dapat memberitahukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi, terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Brilian Bunda Arum Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Pengertian Pemasaran

Menurut Sunyoto (2019) dalam (Aghniya & Komala, 2022) sebuah proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan pembeli dengan tukar menukar barang atau jasa antara perusahaan dengan mereka yang memiliki kepentingan disebut pemasaran. Menurut (Rosanti, 2020) pemasaran ialah sebuah kontak di luar perusahaan yang berfungsi sangat besar pada kelangsungan perusahaan walaupun dunia luar perusahaan mempunyai berbagai kendala. Menurut Kotler dalam (Ravella, 2021) suatu proses menganalisa, merencanakan, melaksanakan, serta mengawasi program-program tertentu dengan tujuan saling menukarkan barang atau jasa pada pasar untuk mewujudkan apa yang perusahaan inginkan disebut manajemen pemasaran.

Melalui berbagai pendapat tersebut, bisa dikatakan bahwa manajemen pemasaran terdiri atas berbagai proses seperti merencanakan, menerapkan, serta mengendalikan berbagai kegiatan yang disusun untuk mempertahankan, membangun, serta menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dengan pembelinya agar pelaku usaha/perusahaan tersebut bisa mewujudkan tujuannya.

### Kualitas Pelayanan

Menurut (Mutiawati et al., 2019) mutu sebuah jasa atau produk berkaitan erat dengan kualitasnya. *American society quality control* menyebutkan bahwa karakter atau ciri jasa dan produk terkait kemampuan mereka dalam pemenuhan kebutuhan para pelanggannya yang bersifat laten dan paten disebut kualitas (Listyawati, 2014).

Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa kualitas ialah mutu sebuah jasa atau barang yang menentukan tingkatan kepuasan bagi para pelanggan dan bersifat pasti. Jika dihubungkan dengan jasa, kualitas diartikan sebagai kualitas pelayanannya, sementara jika dikaitkan dengan barang maka disebut kualitas produk.

Menurut Manengal dalam (Saputra, 2021) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sebuah kondisi dinamis yang sangat berhubungan dengan lingkungan, proses, SDM, jasa, serta produk yang bisa melebihi atau memenuhi ekspektasi pelayanan yang konsumen harapkan.

### Dimensi Kualitas Pelayanan

Pasuraman dan (Zeithaml et al., 2018) menyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi pada pelayanan pembeli, yakni:

1. *Tangibles* (bukti langsung) yakni berbagai perlengkapan yang konsumen bisa rasakan secara langsung, misalnya sasaran komunikasi, karyawan/pelayan, serta berbagai fasilitas fisik
2. *Asurance (jaminan)* yakni segala hal yang memuaskan dan menghindarkan konsumen dari berbagai risiko misalnya sifat yang bisa dipercaya, karyawan atau pegawai yang sopan, serta karyawan yang berwawasan
3. *Empaty* (empati) yakni pengetahuan untuk dihubungi serta kepedulian dalam memperhatikan konsumen secara individual
4. *Reability* (kehandalan) yakni kemampuan melayani konsumen dengan sangat memuaskan, akurat, dan segera sesuai apa yang telah dijanjikan

5. *Resonsiveness* yakni ketersediaan melayani dan kemampuan menolong para konsumen dengan sebaik-baiknya.

### **Karakteristik kualitas layanan**

(P. Kotler et al., 2019) mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan”. Berikut 4 karakter utama layanan atau jasa:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Secara detail, layanan atau jasa memiliki perbedaan dengan barang/benda fisik. Layanan atau jasa adalah sebuah usaha, kinerja, proses, pengalaman, tindakan, dan perbuatan yang bersifat abstrak sementara barang atau benda adalah sebuah material, benda, dan objek yang panca indera bisa rasakan, sentuh, atau lihat. Layanan atau jasa bersifat non ownership atau tidak bisa dimiliki dan hanya bisa dikonsumsi bukan seperti barang fisik. Sebelum konsumen mengonsumsi atau mengalami pelayanan dari jasa, maka ia tidak bisa menilainya, merasakan, mendengar, mencium, atau melihatnya (*intangibel*).

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Sebuah layanan atau jasa umumnya dijual dan ditawarkan lebih dulu baru dibuat dan dikonsumsi di tempat dan waktu yang bersamaan bukan seperti barang yang bersifat sebaliknya.

3. Variasi (*variability*)

layanan atau jasa memiliki banyak variasi dan kualitasnya bergantung pada di mana, kapan, dan siapa yang mengonsumsi dan memproduksinya.

### **Pengertian Harga**

Bashu Swastha (Nasution et al., 2020) mengatakan bahwa “harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Sementara Kotler dalam Sunyoto (2019:131) mengungkapkan “bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk”. (Philip Kotler & Armstrong, 2018) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan Kotler dalam (Harningsih, 2018) mengatakan “harga merupakan indikator yang berupa keterjangkauan harga yang bisa dijangkau seluruh kalangan target pasar yang dipilih, daya saing harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata”.

### **Pengertian Lokasi**

Tempat atau daerah keberadaan suatu hal atau benda disebut lokasi. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu berada yang berkaitan dengan penempatan produk yang strategis dan cara menyampaikan jasa atau produk pada calon pembelinya. Tingkat aksesibilitas menjadi faktor utama yang menarik seseorang untuk mengunjungi sebuah lokasi atau tidak. Tingkat aksesibilitas diartikan sebagai seberapa mudah mencapai dan menjangkau sebuah tempat yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat kenyamanan dan keamanan, sarana dan prasarana penghubung dan frekuensi, kondisi perasarana penghubungnya, dan jarak yang diperlukan untuk menjangkaunya.

### **Pengertian Keputusan Pembelian**

Buchari (2018:96) mengatakan bahwa “keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah, kemudian mengarah pada keputusan pembelian”. Menurut Yusuf (2021)

menyebutkan bahwa sebuah tindakan evaluasi yang seorang individu lakukan melalui pikiran dan tindakannya terhadap beberapa pilihan untuk menetapkan mana produk yang akan dipilihnya disebut keputusan pembelian.

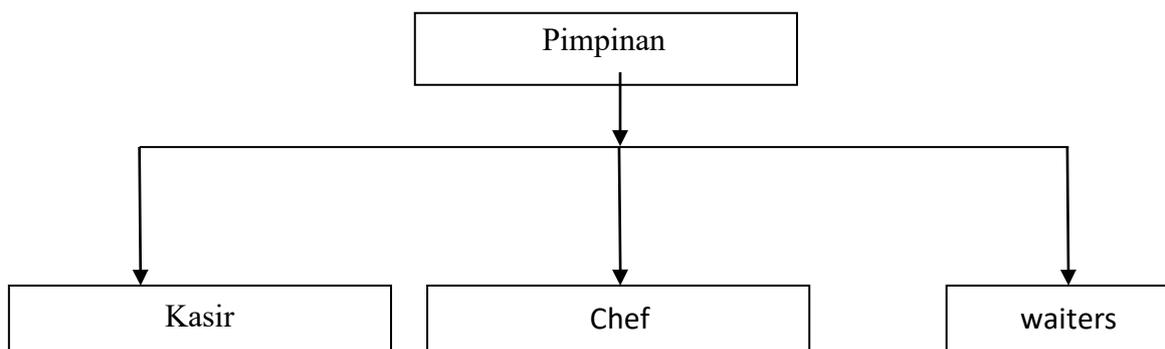
### Profil Rumah Makan Brilian Bunda Arum

Rumah Makan Brilian Bunda Arum didirikan Tahun 2017 yang beralamatkan di Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan. Nama tersebut berasal dari nama anak kembar Ibu Rini Apriyani, S.E., M.M. yaitu Brilian Atiqa Nazhara dan Brilian Aqila Nazhara, Bunda adalah panggilan dari Bunda Rini Apriyani, S.E., M.M. Sedangkan Arum adalah singkatan nama dari keluarga yaitu A (Ayu) R (Rini) Um (Rumini).

### Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi perusahaan
  - a. Menjadikan rumah Makan Brilian Bunda Arum yang handal dalam memamanajemenkan restoran
  - b. Mewujudkan Rumah Makan Brilian Bunda Arum sebagai tempat yang disukaibanyak pengunjung.
2. Misi perusahaan
  - a. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan (pelayanan) dan penyajian yang higienis (makanan).
  - b. Mengembangkan inovasi inovasi baik dalam produk maupun pelayanan dengan tetap pada koridor tradisional.
  - c. Menambahkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.

### Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi

### 3. Metode Penelitian

#### Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu “metode penelitian yang didasarkan pada positivistik (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, terkait dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan” (Sugiyono, 2014). Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menciptakan gambaran atau gambaran yang objektif tentang suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data serta tampilan dan hasilnya (Arikunto, 2010).

### Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di rumah makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan mulai dari bulan Agustus 2022 sampai September 2022.

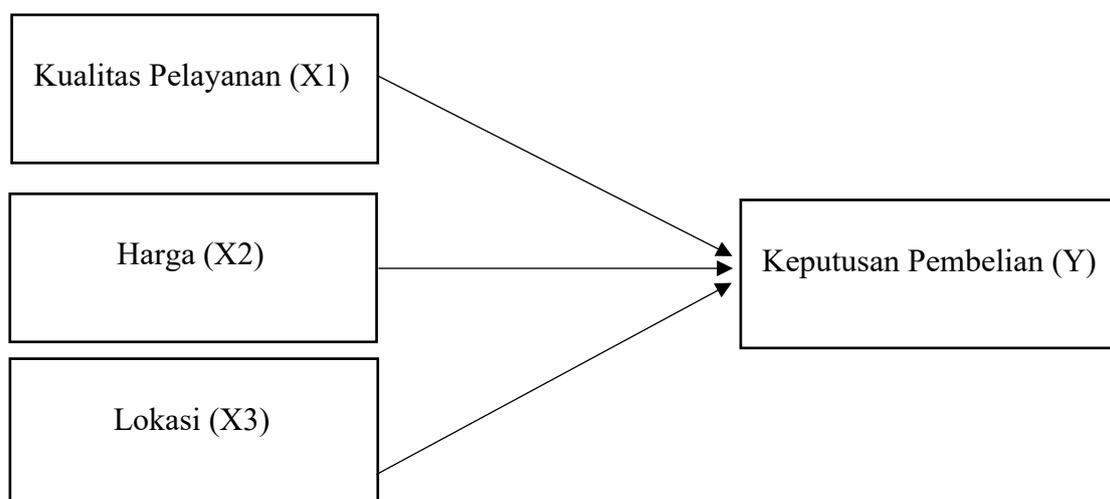
### Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil 100 sampel dari populasi pelanggan di rumah makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan dengan mengambil sampel beberapa populasinya tanpa memperdulikan tingkatan tertentu secara periodik atau yang biasa disebut sebagai teknik random sampling. Metode ini digunakan bila anggota populasi dianggap homogen (Garaika & Darmanah, 2002) hal ini karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan responden sesuai dengan jumlah yang dihasilkan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner berupa Google Docs yang disebar ke beberapa platform media sosial serta dengan menggali buku, jurnal, atau sumber relevan lainnya.

### Harga Kerangka Berpikir



Gambar 2. Harga Kerangka Berpikir

### Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H2: Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H3: Lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

## 4. Hasil Dan Pembahasan

### Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	13	97	45.03	21.435
Harga	100	12	100	52.00	23.172
Lokasi	100	51	125	102.05	13.525
Keputusan Pembelian	100	65	124	90.43	12.015
Valid N (listwise)	100				

Gambar 3. Uji Deskriptif

Mengacu pada data gambar 1 tersebut, bisa disimpulkan jumlah data (N) pada masing-masing variabel valid adalah 100, dari 100 data sampel pelanggan di rumah makan Brilian Bunda Arum Desa Pisang Indah Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan diperoleh nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai mean, maka dapat disimpulkan penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata.

**Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui dan memprediksi apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan seberapa besar pengaruh ketiga variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat (Y) dalam penelitian ini (Yusuf, 2017).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.323	5.705		2.160	.033
	Kualitas Pelayanan	1.540	.328	.428	4.689	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 4. Uji Hipotesis 1**

Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 mengacu pada pedoman pengambilan keputusan, artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga Hipotesis 1 diterima.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.548	4.548		5.177	.000
	Harga	.850	.227	.354	3.745	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 5. Uji Hipotesis 2**

Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 mengacu pada pedoman pengambilan keputusan, artinya Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga Hipotesis 2 diterima.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	55.152	5.430		10.158	.000
	Lokasi	-.070	.109	-.065	-.642	.522

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 6. Uji Hipotesis 3**

Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,522 yang lebih besar dari 0,05 mengacu pada pedoman pengambilan keputusan, artinya Lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga Hipotesis 3 diterima.

## 5. Penutup

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

### Daftar Pustaka

- Aghniya, F. U., & Komala, A. R. (2022). Lebarakan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(1), 110–118.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Buchari. (2018). *Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Produk, Harga, Promosi*. 96.
- Daryanto, S. K. (2011). *Manajemen Pemasaran Syariah*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Garaika, & Darmanah. (2002). *Metodologi Penelitian*. Grasindo.
- Harningsih. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jr-Mart Di Desa Glonggong Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati (Doctoral Dissertation, lain Kudus).
- Hutagaol, C. D. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited*.
- Listyawati, I. H. (2014). Penerapan Total Quality Management (TQM) Sebagai Upaya Membangun Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2).
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. DEEPUBLISH.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Ravella, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Sorry Coffe Jakarta.
- Rosanti. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar. 1.
- Saputra, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Raden Intan Lampung (Doctoral dissertation, Universitas Teknokrat Indonesia)*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, M. (2017). Pengaruh Kompetensi, Tekanan Ketaatan Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 13(01).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services? Mc Graw Hi Education*.