
**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GAS LPG3 KG PADA PANGKALAN
FEBRIYANTI NOOR BOJONGGEDE KABUPATEN BOGOR**

¹Sukma Lintang Sari, ²Mujito

¹Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: sukmalntng23@gmail.com

²Dosen Tetap Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: mujito@dewantara.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of location and service quality partially or simultaneously on purchasing decisions for 3 Kg LPG Gas Products at the Febriyanti Bojonggede Base, Bogor Regency. This type of research is quantitative causality. The population in this study were customers at the 3 kg LPG LPG Base in Bojonggede as many as 45 customers. Data analysis using multiple linear regression. The results of the research show that (1) The results of the partial hypothesis test prove that the location variable and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions (2) The results of the simultaneous hypothesis test prove that the location and service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions by The calculated F value is 13.565 > F table is 2.811 and the significance value is 0.000 < 0.05. (3) The results of the coefficient of determination test obtained an adjusted R² value of 0.364, this indicates that 36.4% of purchasing decisions at the Febriyanti LPG Gas Base are influenced by location and service quality while the remaining 63.6% of purchasing decisions are influenced by other variables. which were not discussed in this study. (4) The most dominant variable influencing purchasing decisions at the 3 kg LPG Gas Base Febriyanti Noor Bojonggede is the location variable, this can be seen from the regression coefficient value of the location variable of 0.696.

Keywords: Location, Service Quality, Purchase Decision.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti di Bojonggede sebanyak 45 pelanggan. Analisa data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2). Hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 13,565 > F tabel sebesar 2,811 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. (3). Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,364 hal ini menunjukkan bahwa 36,4% keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG Febriyanti dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 63,6% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang dalam penelitian ini tidak dibahas. (4) Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede adalah variabel lokasi hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,696.

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gas elpiji 3kg atau biasa disebut gas melon, pada saat ini merupakan barang yang sudah menjadi kebutuhan bagi banyak masyarakat. Perluasan penggunaan gas elpiji tersebut terkait dengan program konversi minyak tanah ke gas elpiji 3 kg yang dilakukan pemerintah berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesianomor104 tahun 2007 tentang Penyediaan, Pendistribusian, dan Penetapan harga *Liquefied Petroleum Gas* Tabung 3 Kilogram. Konsumsi elpiji 3 kg dari tahun ke tahun terus meningkat, pada tahun 2016 penyaluran elpiji 3 kg sebanyak 6,65 juta ton. Hal tersebut meningkatkan anggaran subsidi elpiji 3kg pada tahun 2016 menjadi 20 triliun rupiah. Secara akumulasi subsidi pada tahun 2009 – 2015 sebesar 176,2 triliun (Kompas, 7 Juni2017).

Proses pendistribusian gas elpiji tidak dilakukan langsung oleh Pertamina, tetapi melalui agen gas elpiji 3kg atau melalui saluran distribusi. Setiap daerah di Indonesia terdapat beberapa pangkalan yang berperan sebagai saluran distribusi gas elpiji 3 kg. Sistem pangkalan adalah memakai kuota dari agen dalam mendapatkan tabung. Setiap bulannya pangkalan diberi jadwal kuota tabung gas oleh petugas dari agen. Pangkalan kini sudah mulai terlihat dimana-mana, persainganpun semakin terasa karena sistemnya yang memasok.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat. Selain lokasi, kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik berdampak pada keputusan pembelian.

Pangkalan gas elpiji 3 kg milik Febriyanti yang berdiri sejak Pebruari 2018 merupakan pangkalan yang terletak di Jl.

Kemuning 2 Perumahan Kemuning Asri, blok A No. 10 Desa Cimanggis Kecamatan Bojonggede. Pangkalan ini hanya menjual gas elpiji 3 kg saja. Pihak pangkalan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan pembeli baik itu lokasi dan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Berdasarkan tabel dibawah terlihat adanya persaingan bisnis pangkalan gas elpiji. Dimana ada yang sudah buka sejak lama dan baru. Jaraknya pun ada yang dekat dan cukup jauh namun masih mencakup pasar pelanggan.

Untuk mempertahankan pelanggan, pangkalan harus memiliki strategi dengan cara berpola pikir seperti pelanggan agar dapat mengetahui kebutuhan pelanggan. Saat ini meski penjualan gas bisa sesuai dengan target kuota, ada saja pelanggan yang memilih mengambil dari pangkalan lain (*double*) dan ini cukup merugikan dari segi target kuota, karena jika pelanggan mengambil dari tempat lain otomatis jumlah yang dipesan akan berkurang dan menyulitkan dalam perputaran penjualan gas yang setiap harinya harus habis.

Adapun data penjualan selama rentang waktu 6 bulan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Data Jumlah Pembeli Gas Elpiji 3 kg Febriyanti

Data Pembeli Gas LPG 3 kg Periode Januari s/d Desember 2020	
Bulan	Jumlah Pembeli
Januari	45
pebruari	45
Maret	43
April	45
Mei	44
Juni	45
Juli	45
Agustus	40

September	45
Oktober	44
Nopember	38
Desember	43

Sumber :Pangkalan gas elpiji 3 kg Febriyanti

Data diatas merupakan penjualan gas elpiji yang terjadwal dari agen setiap bulannya. Meski terjadwal dalam sistem kuota, perputaran penjualan gas setiap harinya harus memenuhi target yang disepakati. Menyadari peran penting pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, pangkalan berupaya mencari apa yang dapat mempertahankan dan meningkatkan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor?
3. Bagaimana pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor?
4. Bagaimana lokasi dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor?
5. Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan

pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.
4. Untuk mengetahui lokasi dan kualitas pelayanan menjelaskan keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.
5. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Lokasi

Menurut Fajrini & Djawoto (2016) Lokasi atau tempat berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic*. Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital

intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang. *Competitive Positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012:157), “Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Menurut Nasution (2014:114) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”

2.1.3 Keputusan Pembelian

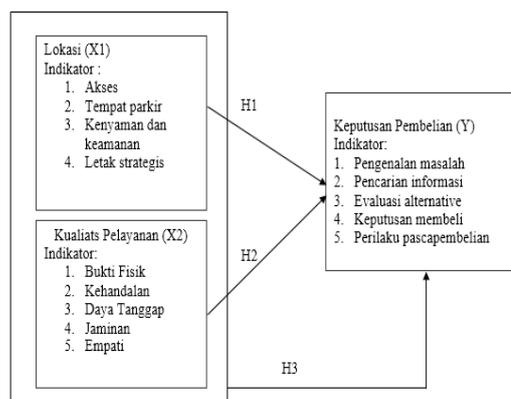
Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, dan kegiatan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Bagi pemasar tahap keputusan pembelian ini adalah tahap yang sangat penting untuk dipahami karena akan berhubungan dengan keberhasilan suatu program pemasaran. Secara khusus, pemasar harus mengidentifikasi siapa yang

membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian. (Kotler, 2015:220)

Konsumen adalah titik sentral perhatian pemasaran. Mempelajari apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen adalah hal yang sangat penting karena akan menuntun pemasaran pada kebijakan yang tepat dan efisien (Kotler dan Keller, 2012:173). Dari pengertian tersebut peneliti sampai dengan pemahaman bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang diambil oleh individu, grup, ataupun kelompok yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasa hubungan antara variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka fikir di atas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

$H_0 = 0$: Diduga tidak terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

$H_1 \neq 0$: Diduga terdapat pengaruh lokasi

terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

H2 ≠0 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

H3 ≠0 : Diduga terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas yaitu salah satu teknik statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2).

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah seluruh Gas LPG 3 Kg Pada Pangkalan Febriyanti Bojonggede Kabupaten Bogor.

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara langsung ke Pangkalan Gas LPG 3 kg yang beralamatkan Jl. Kemuning 2, Perumahan Kemuning Asri Blok A No. 10 Bojonggede.

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan September 2020 sampai dengan Maret 2021.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Pangkalan Gas LPG 3 kg febriyanti di Bojonggede sebanyak 45warung. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah Sampling Jenuh, Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 45 pelanggan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi, keterangan-keterangan, atau fakta-fakta yang diperlukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu, wawancara, obeservasi, penyebaran kuesioner dan studi pustaka untuk mendapatkan data primer maupun skunder.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Instrumen yang valid akan mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid akan mempunyai validitas yang rendah. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen, maka harus diuji lebih dulu dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid
2. Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Kehandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika

memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2009:46).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3.7.4 Analisa Korelasi

Analisis korelasi di gunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel, dalam hal ini adalah variabel terikat dan variabel bebas.

3.7.5 Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Rumus : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$

Keterangan :

- Y : Keputusan pembelian
- b : Koefisien dari Variabel Bebas
- X_1 : Lokasi
- X_2 : Kualitas Pelayanan
- ε : Error (Variabel yang tidak diteliti)

3.7.5 Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel- variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah.

1. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima sehingga berarti tidak ada pengaruh signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya adalah adanya pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama) dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan, yaitu :

Pada uji ini berlaku ketentuan sebagai berikut :

1. Membandingkan nilai F hitung dengan F table
 - a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_6 ditolak.
 - b. Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_6 diterima
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) dengan nilai df (*degree of freedom*),

- a. Apabila nilai signifikan > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak
- b. Apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

Rumus koefisien determinasi adalah :

$$R^2 = (\text{adjusted } R \text{ square})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$$R^2 = \text{koefisien korelasi}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005 : 45). Nilai r tabel diperoleh berdasarkan jumlah sampel yang diambil dengan rumus nilai $df = n - 2$, pada signifikansi 5%. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebesar 45 dengan signifikansi 5% diperoleh nilai r tabel sebesar 0,288.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Lokasi (X1)			
Pertanyaan 1	0,824	0,288	Valid
Pertanyaan 2	0,620	0,288	Valid
Pertanyaan 3	0,824	0,288	Valid
Pertanyaan 4	0,724	0,288	Valid
Pertanyaan 5	0,482	0,288	Valid
Pertanyaan 6	0,319	0,288	Valid
Pertanyaan 7	0,345	0,288	Valid
Pertanyaan 8	0,824	0,288	Valid
Pertanyaan 9	0,620	0,288	Valid
Pertanyaan 10	0,824	0,288	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)			
Pertanyaan 1	0,668	0,288	Valid
Pertanyaan 2	0,453	0,288	Valid
Pertanyaan 3	0,668	0,288	Valid
Pertanyaan 4	0,469	0,288	Valid
Pertanyaan 5	0,568	0,288	Valid
Pertanyaan 6	0,860	0,288	Valid
Pertanyaan 7	0,758	0,288	Valid
Pertanyaan 8	0,802	0,288	Valid
Pertanyaan 9	0,877	0,288	Valid
Pertanyaan 10	0,752	0,288	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Pertanyaan 1	0,596	0,288	Valid
Pertanyaan 2	0,488	0,288	Valid
Pertanyaan 3	0,596	0,288	Valid
Pertanyaan 4	0,495	0,288	Valid
Pertanyaan 5	0,633	0,288	Valid
Pertanyaan 6	0,757	0,288	Valid
Pertanyaan 7	0,793	0,288	Valid
Pertanyaan 8	0,766	0,288	Valid
Pertanyaan 9	0,853	0,288	Valid
Pertanyaan 10	0,753	0,288	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung untuk masing masing indikator atau item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian dalam kuesioner nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Pada penelitian ini karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dengan demikian instrumen pengukur atau pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini dinyatakan valid atau sah.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur data suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu pertanyaan dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2005:41-42).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics				
Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Keterangan
Lokasi	,836	0,60	10	Reliabel
Kualitas Pelayanan	,880	0,60	10	Reliabel
Keputusan Pembelian	,867	0,60	10	Reliabel

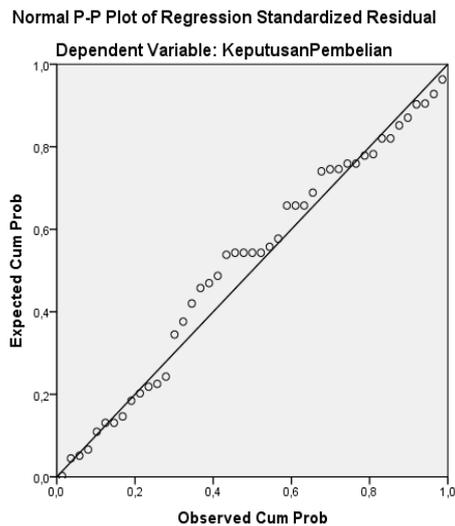
Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas seperti tampak pada tabel diatas, diketahui nilai Cronbach Alpha nilainya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian instrumen pengukur atau kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini dinyatakan handal atau reliabel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

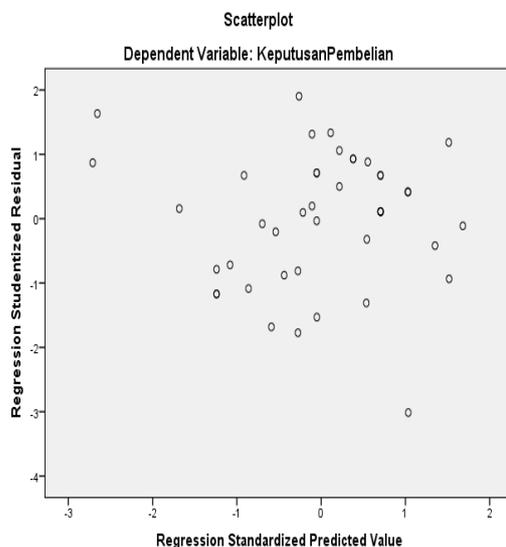


Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Data

Dengan menggunakan metode *Normal P-Plot* diketahui bahwa grafik normalitas menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat diketahui bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

4.2.2 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas di lakukan menggunakan *scatter plot*. Berikut ini hasil uji heterokedastisitas dalma penelitian ini.



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari *scatterplots* di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk di gunakan dalam melakukan pengujian.

4.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas di lakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Hasil pengujian multikolinearitas dengan nilai VIF adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	,994	1,006
Kualitas Pelayanan	,994	1,006

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil pengujian dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang di gunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, di mana semuanya berada di bawah nilai 10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang di gunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.2 Analisa Data

4.1.1 Uji Korelasi

Uji korelasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai hubungan atau koefisien korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berikut ini hasil uji korelasi dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

Correlations				
		Keputusan Pembelian	Lokasi	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1,000	,394	,455
	Lokasi	,394	1,000	-,078
	Kualitas Pelayanan	,455	-,078	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	,004	,001
	Lokasi	,004	.	,305
	Kualitas Pelayanan	,001	,305	.
N	Keputusan Pembelian	45	45	45
	Lokasi	45	45	45
	Kualitas Pelayanan	45	45	45

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji korelasi diatas diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Nilai korelasi atau r untuk variabel lokasi sebesar 0,394 menunjukkan bahwa tingkat hubungan lokasi dengan keputusan pembelian berada pada yang **rendah**.
2. Nilai korelasi atau r untuk variabel harga sebesar 0,455 menunjukkan bahwa tingkat hubungan harga dengan keputusan pembelian produk berada pada tingkat yang **sedang**.

4.2 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,489	8,452		-,649	,520
Lokasi	,696	,194	,432	3,584	,001
Kualitas Pelayanan	,461	,114	,488	4,048	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji regresi linear berganda seperti tampak pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = -5,489 + 0,696 X_1 + 0,461 X_2 + e.$$

Nilai koefisien regresi dari variabel di atas menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai pada koefisien variabel bebas (X), maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,489 menunjukkan bahwa apabila tidak ada peningkatan nilai lokasi dan kualitas pelayanan maka keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede akan konstan sebesar 5,489.
2. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,696 menunjukkan bahwa apabila nilai lokasi (X1) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede (Y) akan meningkat sebesar 0,696.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,461 menunjukkan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan (X2) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian pada

Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede(Y) akan meningkat sebesar 0,461 satuan.

4. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede adalah variabel lokasi hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,696.

4.3 Uji Hipotesis

4.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t tabel	t hitung	Sig.	Keputusan
Lokasi	2,014	3,584	,001	Ho ditolak, Ha diterima
Kualitas Pelayanan	2,014	4,048	,000	Ho ditolak, Ha diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji hipotesis secara parsial seperti pada table di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel lokasi sebesar $3,584 > t$ table sebesar 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $4,048 > t$ table sebesar 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede.

4.3.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Berikut ini hasil uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	801,696	2	400,848	13,565	,000 ^b
	Residual	1241,104	42	29,55		
	Total	2042,8	44			

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji hipotesis secara simultan di atas dapat diketahui:

1. Nilai F hitung sebesar 13,565 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Nilai F tabel sebesar 2,811

Berdasarkan ketentuan dasar pengambilan keputusan untuk uji F bahwa jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Maka dalam uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $13,565 > F$ tabel sebesar 2,811 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

4.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai *Adjusted R Square* Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,626 ^a	,392	,364	5,43600

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Hasil uji koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang di peroleh sebesar 0,364 hal ini membuktikan bahwa 36,4% keputusan pembelian pada Pangkalan Gas lpg Febriyanti dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 63,6% ($100 - 36,4 = 63,6$), keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG Febriyanti di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang dalam penelitian ini tidak dibahas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dalam penelitian ini kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede dengan nilai t hitung sebesar $3,584 > t$ table sebesar 2,014 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede dengan nilai t hitung sebesar $4,048 > t$ table sebesar 2,014 dan

nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

3. Hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede dengan nilai F hitung sebesar $13,565 > F$ tabel sebesar 2,811 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,364 hal ini menunjukkan bahwa 36,4% keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG Febriyanti dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 63,6% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang dalam penelitian ini tidak dibahas.
5. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor Bojonggede adalah variabel lokasi hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,696.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diuraikan di atas maka saran-saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi yang dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh yang dominan dibanding dengan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian maka sebaiknya, pihak pangkalan menyediakan lahan parkir yang memadai, akses jalan yang mudah untuk dijangkau dan sebagainya.
2. Sedangkan variabel kualitas pelayanan yang terbukti memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap keputusan pembelian, sebaiknya pihak Pangkalan Gas LPG 3 kg Febriyanti Noor

melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkala dan berkesinambungan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

3. Untuk penelitian di masa yang akan datang sebaiknya dilakukan survey terhadap konsumen untuk mencari variabel lainnya yang sekiranya mempengaruhi keputusan pembelian.

6. DAFTAR PUSTAKA

Alfarian dan Masreviastuti. 2017. Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Golden minimarket kota batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Volume 3.

<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/114>. [10 Januari 2021]

Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.

Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press: Jakarta.

Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. B PFE: Yogyakarta.

Basu dan Hani. 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen (Edisi 3)*. Liberty: Jogjakarta.

Basu, Swastha. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.

Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa: Bandung

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Kompas. 2017. *Perlu upaya cegah kebocoran*.

<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2017/06/06/perlu-upaya-cegah-kebocoran>. [5 Juni 2017].

Kotler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi ketiga belas. Terjemahan: Bob Sabran. Erlangga: Jakarta.

Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisi kedua. Salemba Empat: Jakarta.

Nugraha, Iba Gunawan, dkk. 2020. *Analisis Faktor yang menjadi Keputusan Pembelian Gas LPG 3 kg*. Fakultas Ekonomi Universitas Banten Jaya, Serang.

Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.

Rinaldy, M dan Agustina. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Semarang Palembang*. JUMANIS. Volume 2. <https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis>. [10 Januari 2021].

Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. PT Gramedia Pustaka Umum; Jakarta.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI: Yogyakarta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta: Bandung.

Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. CAPS (Center for Academic Publishing Service): Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi keempat. Andi Offset: Yogyakarta.