KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen
Vol.2, No.2 Februari 2024
e-ISSN: 3025-7859; p-ISSN: 3025-7972, Hal 578-588
DOI: https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.1002

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Pt. Bumi Agung Perkasa Indah

Josua Lamindo Karo Karo
josua.lamindo05@gmail.com
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Dovina Navanti
dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo
franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstract, *This research aims to determine the analysis of the influence of product quality, service quality, price and location on purchasing decisions at PT. Bumi Agung Mighty Beautiful. This type of research is quantitative. The population in this study is unknown. The sampling technique uses Non-Probability Sampling using Purposive Sampling techniques. The sample in this study consisted of 100 respondents. Data collection technique by distributing questionnaires via Google Form. Hypothesis testing in this research uses Multiple Linear Regression analysis. The research subjects are consumers of PT. Bumi Agung Mighty Beautiful. The results of this research show that the variables product quality, service quality, price and location partially and simultaneously have a significant effect and have a positive influence on purchasing decision variables.*
Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Location and Purchasing Decisions*

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling.* Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Regresi Linier Berganda.* Subjek penelitian yaitu konsumen PT. Bumi Agung Perkasa Indah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.
Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan yang merupakan kenyataan yang dapat dialami oleh suatu perusahaan. Dunia usaha berisi dengan persaingan, peluang, tantangan, kegairahan maupun kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha. Oleh karena itu, sudah seharusnyalah seorang pengusaha jeli dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya, karena dunia usaha yang penuh tantangan dan kegairahan tidak selalu akan berakhir dengan membawa suatu kesuksesan. Dalam era globalisasi ini,persaingan tidak hanya terbatas secara lokal (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global, hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel- variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan.

Perusahaan jasa coating hot dip galvanize merupakan perusahaan yang menyediakan jasa untuk melapisi material besi yang bertujuan untuk menahan laju korosi. Bahan baku yang

Received Desember 30, 2023; Revised Januari 31, 2024; Februari 12, 2024
* Josua Lamindo Karo Karo, *Josua.lamindo05@gmail.com*

digunakan dalam proses coating hot dip galvanize adalah zinc dan dicampur dengan bahan kimia lain sebagai pendukung. PT. Bumi Agung Perkasa Indah adalah pionir pertama di Indonesia dalam menyediakan jasa coating hot dip galvanize. PT. Bumi Agung Perkasa Indah berusaha untuk menghasilkan produk jasa yang memliki kualitas yang baik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan juga lokasi. Perusahaan harus mempertimbangkan keempat hal tersebut, karna dengan kualitas produk yang dihasilkan sangat bagus, kualitas pelayanan yang baik, harga yang dapat disesuaikan oleh konsumen, bahkan lokasi strategis yang mudah untuk di akses. Keputusan pembelian merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan sebagai salah satu pertimbangan untuk mempengaruhi konsumen . Masalah yang sering dihadapi konsumen adalah kualitas produk yang diinginkan ternyata tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Asti & Ayuningtyas, (2020) kualias produk adalah salah satu faktor dalam menentukan keputusan pembeli pada konsumen. Kualitas dari produk tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian produk. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. PT. Bumi Agung Perkasa Indah, berusaha menciptakan produk jasa *coating hot dip galvanize* sesuai memenuhi standar internasional sehingga bisa diminati seluruh konsumen lebih khusus nya konsumen yang mempunyai material besi yang ingin tahan dari korosi dan perusahaan yang memiliki pengerjaan proyek yang membutuhkan jasa *coating* seperti toko besi, *supplier, distributor, fabricator* maupun *kontraktor*.

Kualitas pelayanan salah satu faktor yang menentukan minat konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen (Solikha & Suprapta, 2020). PT. Bumi Agung Perkasa Indah melayani konsumen 24 jam dalam pembongkaran barang dan pengambian barang. Proses Jasa coating hot dip galvanize yang dijanjikan perusahaan kepada konsumen menyesuaikan antrian dan juga kondisi banyaknya material yang akan diproses dilapangan. Masalah yang sering terjadi kurangnya komunikasi kepada konsumen saat material milik konsumen tesebut mengalami kendala sehingga adanya pending dalam memproses material tersebut sehingga adanya miss komunikasi. Yang terjadi adalah estimasi waktu pengerjaan tidak sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan kepada konsumen.

Harga produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen haruslah ditetapkan dengan tepat. Harga yang tepat merupaka faktor yang dapat menaikkan tingkat minat untuk membeli pada konsumen, sebaliknya harga produk yang terlampau cukup tinggi atau mahal akan mengurangi tingkat keputusan pembelian (Krisdayanto et al., 2018). Masalah yang terjadi adalah adanya persaingan harga yang kompetitif dikarenakan setiap perusahan mempunyai perhitungan harga yang berbeda-beda sesuai dengan modal, margin, dan juga pengeluaran. Dan juga munculntya perusahaan-perusahaan jasa coating *hot dip galvanize* baru yang menjatuhkan harga pasaran.

Lokasi atau saluran distribusi menjadi tempat atau wadah untuk menyampaikan jasa atau barang kepada konsumen agar terciptanya keputusan pembelian (Mardiasih, 2020). Faktor lokasi juga sangat berpengaruh terhadap keputusan yang di ambil untuk membeli sebuah produk, lokasi yang strategis atau mudah di jangkau oleh konsumen dan dekat dengan tempat yang relatif ramai merupakan lokasi yang tepat bagi sebuah perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Mariansyah & Syarif, (2020) Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Lestari & Yulianto, (2018) ada delapan dimensi dalam kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)
4. Kehandalan (*Relaibility*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Estetika (*Esthetica*)
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)
8. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*)

Kualitas Pelayanan

Menurut Prihastuti, (2018) kualitas pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Menurut Adabi, (2020) Menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu kualitas pelayanan dapat dlihat dari lima dimensi pokok, yaitu :

1. Bukti fisik *(tangible)*
2. Keandalan *(reliability)*
3. Daya tanggap *(responsiveness)*
4. Jaminan *(assurance)*
5. Empati *(emphaty)*

Harga

Menurut Aldi (2020) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Oktarini, (2020) indikator-indikator yang dapat mencirikan harga yaitu :

1. Harga yang ditetapkan.
2. Keterjangkauan harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas
4. Daya saing harga

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner.

Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitan adalah proses-proses yang menggambarkan tentang persiapan riset, survei lapangan koleksi data dan analisis data untuk melakukan penyusunan laporan. Proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Penelitian

   Dalam memulai penelitian, penelliti menyusun persiapan dalam melakukan persiapan riset dengan mencari permasalahan, merumuskan hasil masalah, mencari studi pendahulu yang berkaitan dengan permasalahan, merumuskan hipotesis, menentukan sampel penelitian, dan rencana penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

   Tahapan pelaksanaan peneliti mulai mengumpulkan teori-teori para ahli yang mendukung dengan penelitian, kepustakaan sebagai pedoman baik digunakan dalam pembuatan kuisioner dan metode analisis data, selanjutnya di gunakan penelitian untuk membuat dan menyebarkan kusioner kepada responden (customer) guna untuk mencari data-data yang di perlukan dalam penyusunan laporan skripsi.

3. Tahap penulisan

   Tahap akhir dalam tahap penelitian yaitu laporan penelitian, penulis melakukan perhitungan hasil dari kuesioner menggunakan metode yang telah dipilih untuk mengetahui hasil tersebut apakah berpengaruh atau tidak pada variabel independen.

Pengambilan Sampel

a. Populasi Penelitian

   Populasi adalah keseluruhan jumlah yan terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik keseimpulannya (Sujarweni, 2018). Dalam penelitian ini maka yang menjadi populasi adalah konsumen PT. Bumi Agung Perkasa Indah berjumlah 1000 konsumen.

b. Sampel Penelitian

   Menurut (Sujarweni, 2018) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di PT. Bumi Agung Perkasa Indah sedangkan untuk teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling yang menggunakan rumus Slovin, adalah sebagai berikut:

   melalui rumus Slovin maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{N}{1 + (N\ e^2)}$$

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : Taraf kesalahan/error sebesar 0,01

$$n = \frac{N}{1 + (N\ e^2)}$$

$$n = \frac{1000}{1 + (1000 * 0{,}01^2)}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

n = 90 ≈100 Respondeen

Sehingga pada penelitian ini penulis harus mengambil sampel sebesar 100 responden.

Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji validitas digunakan untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian, maka digunakan corrected item total correlation dengan bantuan computer SPSS 25 for windows. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana df=n-2 dengan sig. 5%
Dasar pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung positif dan r hitung > r tabel, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung tidak positif dan r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sujarweni, 2018) reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dasar pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronboach Alpha > 0,60 maka data yang di uji dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronboach Alpha < 0,60 maka data yang di uji dinyatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik model regresi dapat menghasilkan estimator linear tidak biasa yang terbaik jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistic kolmogrof. Kriteria jika :

Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.
Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji multikolinieritas adalah kondisi di mana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala mutikolinieritas. Jika VIF yang dihasilkan diatara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola (Sujarweni, 2018).

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sujarweni, 2018) regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian
a = konstanta
b1 = Koefisien regresi pertama
b2 = Koefisien Regresi kedua
X1 = Kualitas Produk
X2 = Kualitas Pelayanan
X3 = Harga
X4 = Lokasi
e = *Error*

Uji Hipotesis

a. Uji Kelayakan (Uji F)

Menurut (Sujarweni, 2018) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama tehadap variabel dependen.

Kriteria :

Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
Jika F hitung < F tabel, maka Ho Diterima dan Ha ditolak.
Atau :
Jika p < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
Jika p > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Menurut (Sujarweni, 2018) uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel variabel terkait secara parsial. Taraf signifikan 5%.

Ho : tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.
Ha : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.
Kriteria :
Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.
Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.
Atau
Jika p < 0,05, maka Ho ditolak.
Jika p > 0,05, maka Ho diterima.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu (Sujarweni, 2018).

$R^2 = (r)^2 \times 100\%$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi
r = Koefisien Relasi

Metode Pengambilan Sampel

Uji Validitas

Table 4.1 Uji Validitas Kualitas Produk

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,509	0,1966	Valid
Pernyataan 2	0,541	0,1966	Valid
Pernyataan 3	0,474	0,1966	Valid
Pernyataan 4	0,553	0,1966	Valid
Pernyataan 5	0,622	0,1966	Valid
Pernyataan 6	0,388	0,1966	Valid
Pernyataan 7	0,486	0,1966	Valid
Pernyataan 8	0,727	0,1966	Valid
Pernyataan 9	0,617	0,1966	Valid
Pernyataan 10	0,552	0,1966	Valid
Pernyataan 11	0,727	0,1966	Valid
Pernyataan 12	0,442	0,1966	Valid
Pernyataan 13	0,528	0,1966	Valid
Pernyataan 14	0,524	0,1966	Valid
Pernyataan 15	0,499	0,1966	Valid
Pernyataan 16	0,523	0,1966	Valid

Table 4.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,406	0,1966	Valid
Pernyataan 2	0,415	0,1966	Valid
Pernyataan 3	0,472	0,1966	Valid
Pernyataan 4	0,447	0,1966	Valid
Pernyataan 5	0,510	0,1966	Valid
Pernyataan 6	0,429	0,1966	Valid
Pernyataan 7	0,544	0,1966	Valid
Pernyataan 8	0,535	0,1966	Valid
Pernyataan 9	0,530	0,1966	Valid
Pernyataan 10	0,588	0,1966	Valid

Table 4.3 Uji Validitas Harga

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,490	0,1966	Valid
Pernyataan 2	0,803	0,1966	Valid
Pernyataan 3	0,716	0,1966	Valid
Pernyataan 4	0,697	0,1966	Valid
Pernyataan 5	0,635	0,1966	Valid
Pernyataan 6	0,596	0,1966	Valid
Pernyataan 7	0,708	0,1966	Valid
Pernyataan 8	0,594	0,1966	Valid

Table 4.4 Uji Validitas Lokasi

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,497	0,1966	Valid
Pernyataan 2	0,497	0,1966	Valid
Pernyataan 3	0,410	0,1966	Valid
Pernyataan 4	0,656	0,1966	Valid
Pernyataan 5	0,555	0,1966	Valid
Pernyataan 6	0,656	0,1966	Valid
Pernyataan 7	0,560	0,1966	Valid
Pernyataan 8	0,581	0,1966	Valid

Table 4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,649	0,1966	Valid
Pernyataan 2	0,646	0,1966	Valid
Pernyataan 3	0,589	0,1966	Valid
Pernyataan 4	0,600	0,1966	Valid
Pernyataan 5	0,587	0,1966	Valid
Pernyataan 6	0,721	0,1966	Valid
Pernyataan 7	0,498	0,1966	Valid
Pernyataan 8	0,568	0,1966	Valid
Pernyataan 9	0,484	0,1966	Valid
Pernyataan 10	0,649	0,1966	Valid

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung yang didapatkan oleh masing-masing pertanyaan variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel yang mana memiliki nilai 0,1966, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian pernyataan atau dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,839	0,600	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,632	0,600	Reliabel
3	Harga	0,809	0,600	Reliabel
4	Lokasi	0,668	0,600	Reliabel
5	Keputusan Pembelian	0,787	0,600	Reliabel

Dapat Dilihat Alpha Cronbach atas variabel Kualitas Produk sebesar 0,839, Kualitas Pelayanan 0,632, Harga 0,809, Lokasi 0,668 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,787. Sesuai kriteria, nilai ini sudah lebih besar dari 0.60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini dapat dipercaya.

Uji T

4.7 Tabel Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,478	4,009		1,117	,267		
	Kualitas Produk	,368	,056	,559	6,524	,000	,650	1,538
	Kualitas Pelayanan	,361	,114	,316	3,162	,002	,479	2,088
	Harga	,316	,091	,272	3,465	,001	,773	1,294
	Lokasi	,381	,140	,290	2,730	,008	,422	2,371

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas produk diperoleh t hitung = 6,524 dan t tabel 1.98447, t hitung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung = 3,162 dan t tabel 1.98447, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 maka Ho ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian untuk variabel harga diperoleh t hitung = 3,465 dan t tabel 1.98447, t hitung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan H3 diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa secara parsial H3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Kemudian untuk variabel lokasi diperoleh t hitung = 2,730 dan t tabel 1.98447, dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05 maka Ho ditolak dan H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H4 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara lokasi terhadap keputusan pembelian.

Uji F

4.8 Tabel Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	580,541	4	145,135	28,603	,000[b]
	Residual	482,049	95	5,074		
	Total	1062,590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Dari hasil perhitungan secara simultan pada tabel 4.16, diperoleh nilai F hitung 28,603 dengan signifikansi senilai 0,000 dan F tabel senilai 2,46. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Dengan demikian H5 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R^2)

4.9 Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739[a]	,546	,527	2,253

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada tabel diatas dapat diketahui dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,546. Hal ini berarti 54,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi, sedangkan sisanya yaitu 45,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu promosi, kepuasan dan loyalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap pengambilan keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah, dapat dijelaskan melalui pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

   Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 6,524 dan t tabel 1.98447, t hitung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 3,162 dan t tabel 1.98447, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 maka Ho ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

   Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 3,465 dan t tabel 1.98447, t hitung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian

4. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

   Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 2,730 dan t tabel 1.98447, dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05 maka Ho ditolak dan H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H4 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara lokasi terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

   Berdasarkan hasil uji simultan telah diperoleh F hitung nilai F hitung sebesar 28,603 dengan signifikansi senilai 0,000 dan F tabel senilai 2,46. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Dengan demikian H5 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian

KESIMPULAN

Dari deskripsi hasil analisis dan pembahasan pada BAB IV sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa terbukti:

1. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah.
2. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah.
3. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah.
4. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah.
5. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Bumi Agung Perkasa Indah.kepuasan pelanggan *small street coffee*.

DAFTAR REFERENSI

Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 32–39.

Aldi Et Al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasab Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *13*(02), 313–318.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14.

Https://Doi.Org/10.37366/Ekomabis.V1i01.2

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., Pt, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, Net B. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal Of Management*, *4*(4).

Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, *54*(1), 74–81.

Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, *2*(1), 1–10. Https://Doi.Org/10.51804/Iej.V2i1.546

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14.

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, *6*(2), 248. Https://Doi.Org/10.32493/Skr.V6i2.5541

Prihastuti, E. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Agen Ekspedisi Jne-01 Metro*. *22*(2), 184–206.

Solikha, S., & Suprapta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, *10*(1), 67–81. Https://Doi.Org/10.37932/J.E.V10i1.91

Sujarweni. (2018a). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

Sujarweni. (2018b). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 32–39.

Aldi Et Al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasab Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *13*(02), 313–318.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14. Https://Doi.Org/10.37366/Ekomabis.V1i01.2

Krisdayanto, I., Haryono, A. T., Pt, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, Net B. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal Of Management*, *4*(4).

Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, *54*(1), 74–81.

Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, *2*(1), 1–10. Https://Doi.Org/10.51804/Iej.V2i1.546

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14.

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, *6*(2), 248. Https://Doi.Org/10.32493/Skr.V6i2.5541

Prihastuti, E. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Agen Ekspedisi Jne-01 Metro*. *22*(2), 184–206.

Solikha, S., & Suprapta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, *10*(1), 67–81. Https://Doi.Org/10.37932/J.E.V10i1.91

Sujarweni. (2018a). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

Sujarweni. (2018b). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.