

## PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM ISI ULANG DEPOT MALAKAJAYA PLAST, KEC. CABANGBUNGIN, KAB. BEKASI

Diyah Ayu Pitaloka<sup>1\*</sup>; Luthpiyah Juliandara<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi<sup>1,2</sup>  
Email : DiyahAyuPitaloka55@gmail.com<sup>1</sup>; luthpiyah@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Depot Malaka Jaya Plast. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Malaka Jaya Plast. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan Teknik *purposive sampling* dan dilakukan sebanyak satu kali sampling, yaitu diambil dari berapa kali pelanggan membeli air minum isi ulang di Depot Malaka Jaya Plast. Pengolahan data menggunakan program *Statistic Product and Service Solution (SPSS) 24*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hal ini dibuktikan dengan nilai  $\beta_1 = 0,432$  yang signifikan pada t-hitung 5,883 dan sig 0,000. Begitu juga dengan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $\beta_1 = 0,502$  yang signifikan pada t-hitung 5,671 dan sig 0,000, dan dengan hasil uji hipotesis melalui analisis regresi berganda diperoleh hasil lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan melalui nilai uji  $F = 168,606$  dengan nilai signifikan 0,000 dan dari nilai koefisien determinasi *Adjusted R square = 0,772*. Maka diketahui bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Depot Air Minum Isi Ulang Malaka Jaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi yaitu 0,772 atau 77%, sisanya 23% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Lokasi; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of location, service quality on purchasing decisions for refill drinking water at Malaka Jaya Plast Depot, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi. Population in this study were customers of Malaka Jaya Plast Depot. The method used in this research is quantitative descriptive method. The data used is data obtained from distributing questionnaires to Malaka Jaya Plast customers. Sampling technique used is Non Probability Sampling with purposive sampling technique and is carried out as much as one sampling, which is taken from the number of times consumers buy refill drinking water at Malaka Jaya Plast Depot. Data processing using Statistical Product and Service Solution (SPSS) 24 program. The results of this study indicate that location has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the value of  $\beta_1 = 0.432$  which is significant at t-count 5.883 and sig 0.000. Likewise, the service quality variable has a positive and significant influence on purchasing decisions. This is evidenced by the value of  $\beta_1 =$*

0.502 which is significant at  $t$ -count 5.671 and sig 0.000, and with the results of hypothesis testing through multiple regression analysis, the results of location and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the  $F$  test value = 168.606 with a significant value of 0.000 and from the coefficient of determina Adjusted  $R$  square = 0.772. So it can be seen that location and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for Malaka Jaya Plast Refillable Drinking Water Depot, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi by 0.772 or 77%, remaining 23% is influenced by other factors not examined in this study.

*Keywords* : Location; Service Quality; Purchase Decision

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini menjadi tolak ukur keberhasilan Perusahaan ditengah ketatnya persaingan Perusahaan dalam menjangkau konsumen, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya konsumen membeli produk atau jasa perusahaan menurut Nofrivul, Melini, & Sari, (2022). Konsumen melakukan beberapa proses untuk membeli suatu produk atau jasa melalui berbagai pertimbangan dan melihat berbagai faktor sebelum mengambil keputusan pembelian, termasuk lokasi dan kualitas pelayanan perusahaan. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, konsumen selalu mempertimbangkan aspek efektivitas dan efisiensi dalam mendapatkan produk yang diinginkannya, terutama tentang kemudahan konsumen dalam menjangkau dan menemukan produk yang ingin dibelinya Kelvinia, Putra, & Efendi, (2021).

Menurut Rumondor, Porotu'o, & Waworuntu (2014) air minum merupakan komponen terpenting dalam kehidupan, semua makhluk hidup membutuhkan air dalam hidupnya, karena 70% zat penyusun tubuh adalah air. Kebutuhan air sangat beragam, karena itu selalu tersedia dan terpenuhi baik kebutuhan fisik, kimia maupun biologi. Berdasarkan penelitian Saragi, & Sembiring (2022) air minum adalah air langsung yang dapat diminum yang memenuhi syarat kesehatan dengan atau tanpa pengolahan. Menurut Admarita & Purwantono (2020) depot air minum isi ulang adalah perusahaan industri yang menjual air minum langsung ke konsumen dengan mengolah air baku menjadi air minum dibandingkan dengan produk air minum dalam kemasan yang bermerek, air minum isi ulang ini relatif lebih murah. Oleh karena itu banyak masyarakat memilih menggunakan layanan ini.

Masyarakat khususnya Kecamatan Cabangbungin masih banyak yang mengkonsumsi air minum isi ulang, karena di Daerah Kecamatan Cabangbungin ini salah satu Daerah yang dekat dengan laut mengakibatkan sumber mata air memiliki rasa

asin yang membuat air tersebut tidak bisa untuk di konsumsi, dan salah satu fenomena yang ada pada lokasi depot air minum isi ulang Malaka Jaya Plast ini yaitu di Jl. Raya Garon Timur No. 17 Setialaksana Kecamatan Cabangbungin Kabupaten Bekasi. Daerah tersebut adalah daerah terpelosok di Kab. Bekasi namun Depot Air Minum Isi Ulang Malaka Jaya Plast tersebut memiliki banyak pesaing, akan tetapi depot air minum isi ulang Malaka Jaya Plast tetap memiliki pelanggan di antara pesaing lainnya setiap pelaku usaha perlu memiliki berbagai strategi yang baik untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, berikut hasil observasi, ada beberapa usaha depot air minum isi ulang dan jumlah pelanggan masing-masing depot air minum ulang di Kecamatan. Cabangbungin. data jumlah pelanggan depot air minum isi ulang di Kecamatan Cabangbungin, jumlah pelanggan terbanyak yang hampir mencapai 350 pelanggan yaitu Depot Asqua yang memiliki jumlah pelanggan mencapai 310, lalu Depot Malaka Jaya Plast berada di urutan kedua terbanyak memiliki jumlah pelanggan sebanyak 300, kemudian di urutan ketiga yaitu Depot Reza Demineral Water memiliki jumlah pelanggan sebanyak 230, dan di urutan ke empat Dewi Depot memiliki jumlah pelanggan sebanyak 150, serta di urutan terakhir yaitu Depot Barakah Jaya memiliki jumlah pelanggan 110. Dari hasil jumlah pelanggan di atas menunjukkan bahwa Depot Asqua lebih banyak pelanggan dibandingkan dengan Depot Malaka Jaya Plast, sesuai permasalahan membuat peneliti ingin mengetahui permasalahan Depot Malaka Jaya Plast tidak bisa menjadi depot yang memiliki jumlah pelanggan terbanyak.

Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian merupakan suatu proses untuk mengetahui masalahnya, mengetahui informasi mengenai produk atau brand tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut supaya bisa memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Hasil observasi yang dilakukan peneliti terdapat informasi mengenai permasalahan keputusan pembelian yaitu dapat dilihat pada lampiran tabel 1.1.

Bahwa permasalahan pada keputusan pembelian yang terdapat pada Depot Malaka Jaya Plast, yaitu 40% responden Tidak Setuju dalam pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast bisa dilakukan sesuai jam oprasional, 90% responden Tidak Setuju dalam pertanyaan pembayaran pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast melalu transfer, 60% responden Tidak Setuju dalam pertanyaan memilih air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast cukup dikenal di Kecamatan.

Cabangbungin. Dari hasil jawaban di atas permasalahan pada keputusan pembelian Depot Malaka Jaya Plast yaitu pada metode pembayaran Depot Malaka Jaya Plast belum menyediakan media pembayaran melalui transfer hanya bisa melalui cash dan pada waktu pembelian yaitu pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast tidak bisa dilakukan sesuai dengan waktu habis nya air galon pelanggan karena Depot Malaka Jaya Plast tidak beraturan dalam jam oprasional, serta pada pemilihan merek pelanggan memilih air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast karena cukup dikenal di Kecamatan. Cabangbungin.

Faktor pengaruh keputusan pembelian juga bisa disebabkan oleh lokasi, Menurut Kotler dan Armstrong (2012) lokasi merupakan segala sesuatu upaya perusahaan untuk menghasilkan barang yang dapat diproduksi, dijual, dan diperdagangkan dengan keuntungan, serta tersedianya sasaran pasar. Lokasi mengarah pada berbagai kegiatan pemasaran yang berupaya mempercepat dan memperlancar distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Permasalahan lokasi terjadi pada akses yaitu Depot Malaka Jaya Plast dekat dengan tempat tinggal dan adanya plang yang menunjukkan Depot Malaka Plast, serta pada lingkungan Depot Malaka Jaya Plast yaitu di sekitar lokasi Depot Malaka Jaya Plast tidak terdapat air bersih untuk dikonsumsi. Selain lokasi pengaruh keputusan pembelian bisa disebabkan oleh kualitas pelayanan. Ini dibuktikan oleh penelitian Arianto & Satrio (2020:21) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. permasalahan pada kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap pelayanan depot airminum isi ulang Malaka Jaya Plast. Ketidakpuasan tersebut disebabkan karena keterlambatan dalam pengantaran dan pengambilan galon air minum isi ulang, serta fasilitas yang ada pada depot air minum isi ulang Malaka Jaya Plast sendiri pun kurang steril terutama dalam penampungan air minum.

Berdasar Latar belakang yang diuraikan diatas, permasalahan lokasi di daerah Kecamatan Cabangbungin yaitu daerah terpelosok di Kabupaten Bekasi dan salah satu daerah yang dekat dengan laut, karena itu mengakibatkan air dari sumber mata air memiliki rasa asin yang membuat air tersebut tidak bisa untuk dikonsumsi, lalu permasalahan yang ada dalam keputusan pembelian yaitu pada metode pemabayaran Depot Malaka Jaya Plast belum menyediakan media untuk pembayaran melaluitransfer, pada waktu pembelian yaitu pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast

tidak bisa di lakukan sesuai dengan waktu habis nya air galon pelanggan karena Depot Malaka Jaya Plast tidak beraturan dalam jam oprasional, serta pada pemilihan merek pelanggan memilih air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast karena cukup dikenal di Kecamatan. Cabangbungin. Permasalahan lokasi terjadi pada akses yaitu Depot Malaka Jaya Plast dekat dengan tempat tinggal dan adanya plang yang menunjukkan Depot Malaka Plast, serta pada lingkungan Depot Malaka Jaya Plast yaitu di sekitar lokasi Depot Malaka Jaya Plast terdapat air bersih untuk dikonsumsi. Serta permasalahan pada kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi tersebut disebabkan karena keterlambatan dalam mengantar dan mengambil galon air minum isi ulang, serta fasilitas yang ada pada depot air minum isi ulang kurang steril terutama dalam penampungan air minum yang menyebabkan Depot Malaka Jaya Plast berada di urutan kedua dalam jumlah pelanggan terbanyak. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Depot Malaka Jaya Plast Kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi”

## **TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Suharto (2016) menyatakan keputusan pembelian yaitu semua proses yang menentukan pilihan yang ada untuk dipilih salah satu diantaranya, dengan melalui tahap pengenalan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, perilaku setelah pembelian. Menurut Khafidin (2020) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, para pemasaran harus memberikan kesan yang lebih baik dalam melihat berbagai faktor yang memengaruhi konsumen untuk mengembangkan dengan baik cara konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:87).

### **Lokasi**

Menurut Sibarani, et., al (2019) dengan memilih lokasi yang khusus dan tertata unik maka lokasi akan berhubungan dengan pemasaran, sehingga tempat tersebut digunakan untuk berbelanja. Menurut Kotler (2006) “Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Ningtiyas (2020) menjelaskan bahwa pelayanan adalah segala usaha kegiatan yang menguntungkan suatu kelompok atau individu dan menawarkan kepuasan walaupun hasilnya tidak secara langsung berkaitan dengan produk fisik. Oleh karena itu, layanan adalah segala aktivitas yang tidak dapat dipengaruhi dan yang muncul sebagai hasil interaksi antara penyedia layanan dan penerima layanan. Seperti yang dapat diamati, persepsi dan permintaan pelanggan menentukan kondisi akhir kualitas layanan, yang berarti bahwa kualitas layanan bergantung pada kapasitas penyedia layanan untuk mencocokkan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Marbun, Ali, & Dwikoco (2022) kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.

### **Kerangka Pemikiran**

Menurut Santoso dan Hidayat dalam Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021) lokasi sangat penting bagi sebuah bisnis karena lokasi itu memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen yang membeli produk atau jasa dari usaha tersebut. Oleh karena itu, memilih lokasi yang strategis menjadi bagian penting dalam suatu usaha. Malaka Jaya Plast ini memiliki lokasi yang cukup strategis karena di daerah Kp. Garon Kec. Cabangbungin tersebut belum ada perusahaan yang memproduksi air minum isi ulang sehingga masyarakat sekitarnya memilih untuk melakukan pembelian di Air Minum Isi Ulang Depot Malaka Jaya Plast. Menurut Hasbah dalam Arianto, D.P.H., & Satrio, B. (2020) kualitas pelayanan merupakan sesuatu hal bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan pembelian dan sebagai alat kegiatan interaksi antara perusahaan dan konsumen. Konsumen adalah pihak yang dapat menilai baik buruknya pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dari segi kemudahan mendapatkan informasi

produk sesuai kebutuhannya. Tabel kerangka pemikiran dapat di lihat pada lampiran tabel 2.1.

### **Rumusan Hipotesis**

#### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Budiono (2021) memilih lokasi sama dengan komitmen jangka panjang terhadap segala hal yang sifatnya kapital intensif, karena itu perusahaan harus benar dalam mempertimbangkan, memilih lokasi dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan demografis, ekonomi, budaya, persaingan, dan peraturan di masa depan. Pemilihan suatu tempat akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Indahsari, & Roni (2022), Wulandari (2020), Ningtiyas (2019), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diduga bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada air minum isi ulang Depot Malaka JayaPlast. Pada penelitian ini dapat dilihat apabila Depot Malaka Jaya Plast memiliki Lokasi yang strategis, maka pelanggan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila Lokasi Depot Malaka Jaya Plast buruk maka pelanggan terhadap Depot Malaka Jaya Plast menurun. Berdasarkan uraian diatas dapat diajukan hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0$  :  $\beta_1 = 0$  lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast.

$H_a$  :  $\beta_1 \neq 0$  lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Kualitas pelayanan menurut Marbun, ali, & Dwikoco (2022) merupakan hasil proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya dengan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang harus diterapkan oleh perusahaan karena mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama beralih ke perusahaan lain. Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengelola tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Hal ini diperkuat penelitian Antika & Indiani, Tijar, A. (2022), Rafi & Budiarmo (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diduga bahwa kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada air minum isi ulang Depot

Malaka Jaya Plast. Pada penelitian ini dapat dilihat apabila kualitas pelayanan air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast baik, maka pelanggan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast buruk maka pelanggan terhadap air minum isi ulang menurun. Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis statistik sebagai berikut:

H02 :  $\beta_2 = 0$  kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast.

Ha2 :  $\beta_1 = 0$  kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

### **METODE PENELITIAN**

Menurut Azhari (2023) metode penelitian kuantitatif merupakan peneliian dari suatu bidang pengetahuan yang dijalankan untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati serta sistematis. Dalam hal ini akan langsung mengamati dan meneliti tentang pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian meliputi : populasi, sampel penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas instrument penelitian dan analisis data. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Siregar & Sofyan (2016) validitas yaitu menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan Muhidin dan Abdurahman (2017) menyatakan suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Menurut Wijaya, Nazmi, Susanto & Rikky alat pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai rhitung dengan nilai rtabel untuk degree of freedom = n-k dalam alpha 0,05. Jika nilai rhitung lebih besar dari rtabel. rtabel 0,196 diperoleh dari 98 responden dengan Sig lebih besar 0,05, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017) merupakan alat pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Suatu

kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur suatu reliabilitas dengan uji *Cronbach Alpha* menggunakan SPSS.

### Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan. Uji asumsi klasik dengan software SPSS for Windows versi 25. Jadi akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji asumsi normalitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan normal *probability plot*. Pada grafik normal plot dengan asumsi. Jika distribusi data 41 normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal nya.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik adalah apabila variabel independen terbebas dari masalah multikolinieritas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala atau masalah multikolinieritas adalah pada nilai *tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factors*) (Ghozali, 2013).

### Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPREIJ) dengan residual (SPRESID). Refleksi ada tidaknya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SPRESID. Jika variance dan residual atau pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) baik secara simultan maupun parsial.

### Uji t (Signifikan)

Menurut Priyastama (2017), uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Serta dapat digunakan untuk menentukan uji hipotesis masing-masing variabel. Selain itu, nilai dapat digunakan untuk melihat mana variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji X1, X2 dan Y secara terpisah atau bersama-sama, kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel independen secara individual mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel independen secara individual tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji F (Anova)

Menurut Ghazali (2012:98) pada dasarnya uji F statistik menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model atau variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan uji F. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada analisis koefisien determinasi, semakin tinggi nilai koefisien korelasi (r) masing-masing variabel bebas maka semakin tinggi pula kontribusi pengaruh masing-

masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas keputusan pembelian disimpulkan bahwa rangkuman pertanyaan dalam pertukaran keputusan pembelian (Y) telah terbukti valid semua pernyataan memiliki r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu, 0,196. Tabel hasil uji validitas keputusan pembelian dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.1.

### Uji Validitas Instrumen Lokasi (Hasil Uji Validitas Lokasi X1)

Dari hasil data validitas instrumen lokasi sebanyak 21 pernyataan didapatkan nilai koefisien *correlation pearson*, masing-masing pernyataan  $r_{hitung}$  dan pernyataan dengan sig. (*one-tailed*) lebih rendah dari pada  $r_{tabel}$  0,196. 20 pernyataan dinyatakan valid akan tetapi 1 pernyataan di namakan tidak valid. Hasil ini menunjukkan semua pernyataan yang terdiri dari 20 pernyataan valid. Tabel hasil uji validitas lokasi dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.2.

### Uji Validitas instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen kualitas pelayanan disimpulkan, secara keseluruhan pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X2) terbukti valid karena seluruh item pertanyaan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,196. Tabel hasil uji validitas kualitas pelayanan dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.3.

### Uji Reliabilitas Variabel

Pada hasil penilaian reliabilitas, koefisien cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) dihitung dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) menghasilkan koefisien sebesar yaitu 0,60. Hasil penilaian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel adalah reliable karena koefisien cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih tinggi dari 0,60, artinya semua variabel dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur. Tabel yang menunjukkan uji reliabilitas dapat dilihat pada lampiran tabel 4.4

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Berdasarkan hasil dari uji normalitas tersebut didapatkan hasil bahwa semua data berdistribusi normal. Karena, sebaran data mengikuti garis dan masih berada disekitar garis diagonal, jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas. Gambar hasil uji pada normalitas dapat dilihat dilampiran Gambar 4.1.

### Hasil Pengujian Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* X1 (0,357), X2 (0,357) lebih besar dari 0.10. nilai VIF setiap variabel tersebut lebih kecil dari 10.00 sehingga menghasilkan bahwa tidak terjadi masalah atau gejala multikolinearitas (Ghozali, 2018). Tabel menunjukkan uji multikolinearitas dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.5.

### Hasil Uji Heterokedasitas

Berdasarkan hasil titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0. Titik-titik data tidak mengumpulkan hanya di atas atau di bawah saja. Titik-titik data penyebaran tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Titik-titik data penyebaran tidak berpola, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas, Siahhaan, (2023:642). Gambar hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada lampiran Gambar 4.2.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Persial)

1. Berdasarkan nilai konstanta (a) yaitu 4,426 yang artinya bila keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast tidak ada lokasi serta kualitas pelayanan maka tingkat keputusan pembelian yaitu 4,426
2. Koefisien regresi lokasi (b1) diperoleh nilai  $t_{hitung} 5,883 > t_{tabel} 1,660$  dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  Tidak terdapat pengaruh secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan  $H_a$  pengaruh secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (b2) diperoleh  $t_{hitung} 5,671 > t_{tabel} 1,660$  dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan  $H_a$  pengaruh secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Berdasarkan penjelasan di atas tabel hasil uji t dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.6.

#### Uji F

Berdasarkan hasil uji F (Anova) diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $168,606 > F_{tabel}$  sebesar 2,70, pada uji F di atas, taraf signifikansinya adalah 0,000. Karena nilai (sig

0,000) < 0,05 sehingga model tersebut dapat dipakai memperkirakan faktor penting lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast. Tabel hasil uji f dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.7.

#### **Analisis Koefisien Determinasi**

Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memperoleh hasil koefisien Determinasi (KD) yang berada pada Adjusted R Square sebesar 0,772 atau 77%, yang artinya lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 77%, dan sisanya 23% (100%-77%) yaitu dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti penelitian ini. Tabel hasil Koefisien Determinasi (KD) dapat dilihat pada lampiran Tabel 4.8.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sehingga bisa disimpulkan sebagai berikut.

1. Hasil uji t variabel lokasi berkoefisien positif  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 5,883 >  $t_{tabel}$  1,660 dan nilai sig sebesar sig 0,000 < sig 0,05. Sehingga menunjukkan lokasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel lokasi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) air minum isi ulang Depot Ulang Malaka Jaya Plast. Kenaikan satu satuan pada variabel lokasi maka terjadi peningkatan pada satu satuan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan  $t_{hitung}$  5,671 >  $t_{tabel}$  1,660 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast. Kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka terjadi peningkatan pada satu satuan keputusan pembelian.
3. Hasil uji F Anova menunjukkan kecocokan model yang dibangun yakni secara simultan terdapat pengaruh variabel lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Koefisien Determinasi (KD) yang terdapat dalam kolom Adjusted R Square sebesar 0,772 sama dengan 77% hal ini berarti lokasi dan kualitas pelayanan kepada keputusan pembelian sebesar 77% dan sisanya 23% (100% - 77%)

dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti peneliti ini.

### SARAN

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan kepada pemilik air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast dan peneliti selanjutnya yang dapat dijadikan acuan untuk perbaikan dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian yaitu sebagai berikut.

1. Saran untuk pemilik air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast.
  - a. Agar bisa menjadikan hasil penelitian sebagai referensi dengan meningkatkan penelitian lokasi dan kualitas pelayanan sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.
  - b. Agar keputusan pembelian meningkat, sebaiknya perusahaan mengusahakan lokasi yang strategis dan terjangkau serta kualitas pelayanan yang baik untuk membuat perusahaan semakin maju.
2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan Koefisien Determinasi (KD) yang terdapat dalam kolom adjusted R Square sebesar 0,772 atau sama dengan 77% hal ini berarti lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 77%, dan sisanya 23% (100% - 77%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti penelitian ini. Disarankan kepada peneliti berikutnya memasukkan variabel lain selain lokasi dan kualitas pelayanan yang terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti: Promosi, Produk, distribusi dan masih banyak lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Admarita, P. (2020). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Tempat terhadap Penjualan Air Minum Isi Ulang (Studi di Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu)". *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 48-53.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). "Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Kopisae". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6). 2-3
- Azhari, M. T., Al Fajri Bahri, M. P., Asrul, M. S., & Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif. Tanpa Kota. PT. Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Budiono, A. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen di

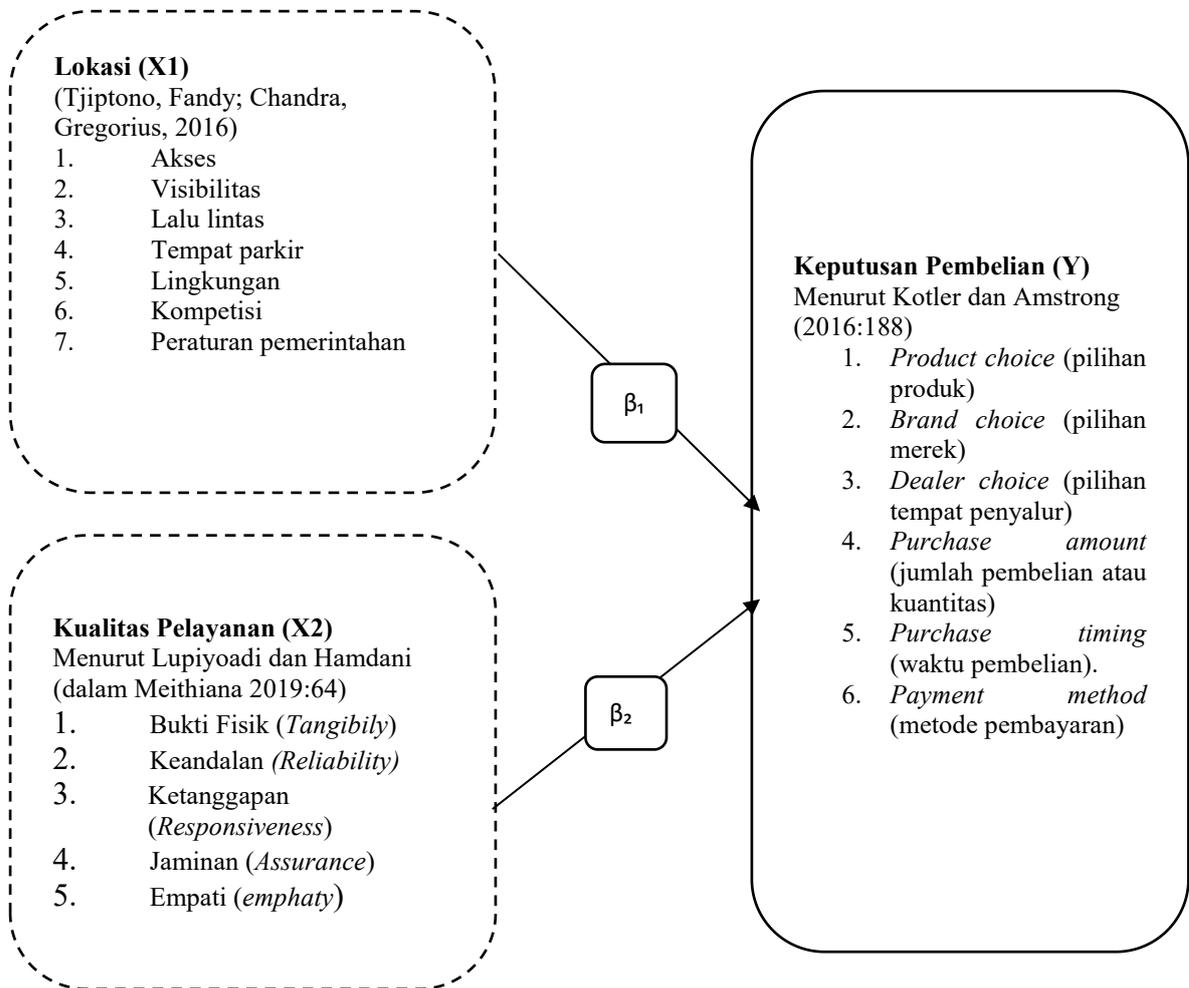
- Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan di Masa Pandemi Covid-19". *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Nofrivul, N., Melini, F., & Sari, C. I. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat". *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4).
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2)
- Khafidin, K. (2020). "Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian. Konsep Perilaku Konsumen serta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian".
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid1. Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, *Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Indeks,2005)*, 183
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian terhadap Pembelian Ulang (*Literature Review Manajemen Pemasaran*)". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2).
- Ningtiyas, T. S. (2020). "Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman Barang". *Iqtishadequity jurnal Manajemen*, 2(1).
- Rumondor, P. P., Porotu'o, J., & Waworuntu, O. (2014). "Identifikasi Bakteri pada Depot Air Minum Isi Ulang di Kota Manado". *eBiomedik*, 2(2).
- Saragi, N. R., & Sembiring, A. (2022). "Sistem Pakar Mendiagnosa Kelayakan Air Minum untuk Dikonsumsi Menggunakan Metode *Certainty Factor* pada PDAM Tirta Sari Kota Binjai". *Citra Sains Teknologi*, 2(1).
- Suharto, (2016). "Pengaruh Budaya terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan". *Jurnal Derivatif*. Vol.10 No.1.
- Sibarani, C. G. G. T., Armayanti, N., Irwansyah, & Suharianto, J. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Tanpa Kota: Yayasan kitamenulis.*

## TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1 Pra-Survey Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Presentase
1.	Pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast bisa dilakukan sesuai jam oprasional.	60%	40%	100%
2.	Pembayaran pembelian air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast bisa melalui transfer.	10%	90%	100%
3.	Memilih air minum isi ulang Depot Malaka Jaya Plast karena cukup dikenal di Kecamatan.Cabangbungin	50%	50%	100%

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran



Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Pernyataan	r-Tabel	r-Hitung	Keterangan
Pernyataan Y1.1	0,196	0,789	VALID
Pernyataan Y1.2	0,196	0,661	VALID
Pernyataan Y1.3	0,196	0,808	VALID
Pernyataan Y1.4	0,196	0,577	VALID
Pernyataan Y1.5	0,196	0,503	VALID
Pernyataan Y1.6	0,196	0,705	VALID
Pernyataan Y1.7	0,196	0,717	VALID
Pernyataan Y1.8	0,196	0,699	VALID
Pernyataan Y1.9	0,196	0,652	VALID
Pernyataan Y1.10	0,196	0,763	VALID
Pernyataan Y1.11	0,196	0,594	VALID
Pernyataan Y1.12	0,196	0,787	VALID
Pernyataan Y1.13	0,196	0,422	VALID
Pernyataan Y1.14	0,196	0,600	VALID
Pernyataan Y1.15	0,196	0,476	VALID
Pernyataan Y1.16	0,196	0,464	VALID
Pernyataan Y1.17	0,196	0,533	VALID
Pernyataan Y1.18	0,196	0,729	VALID

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Lokasi

Pernyataan	r-Tabel	r-hitung	Keterangan
Pernyataan X1.1	0,196	0,652	VALID
Pernyataan X1.2	0,196	0,704	VALID
Pernyataan X1.3	0,196	0,788	VALID
Pernyataan X1.4	0,196	0,630	VALID
Pernyataan X1.5	0,196	0,678	VALID
Pernyataan X1.6	0,196	0,693	VALID
Pernyataan X1.7	0,196	0,578	VALID
Pernyataan X1.8	0,196	0,627	VALID
Pernyataan X1.9	0,196	0,784	VALID
Pernyataan X1.10	0,196	0,720	VALID
Pernyataan X1.11	0,196	0,725	VALID
Pernyataan X1.12	0,196	0,453	VALID
Pernyataan X1.13	0,196	0,671	VALID
Pernyataan X1.14	0,196	0,483	VALID
Pernyataan X1.15	0,196	0,692	VALID
Pernyataan X1.16	0,196	0,278	VALID
Pernyataan X1.17	0,196	0,279	VALID
Pernyataan X1.18	0,196	0,158	TIDAK VALID
Pernyataan X1.19	0,196	0,548	VALID
Pernyataan X1.20	0,196	0,456	VALID
Pernyataan X1.21	0,196	0,701	VALID

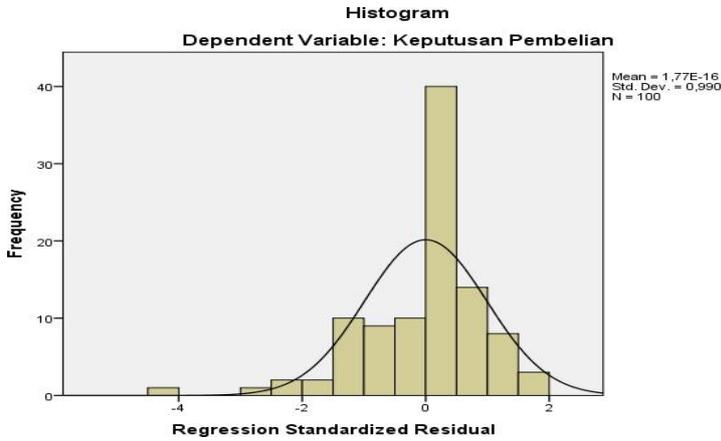
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan	r-Tabel	r-hitung	Keterangan
Pernyataan X2.1	0,196	0,528	VALID
Pernyataan X2.2	0,196	0,379	VALID
Pernyataan X2.3	0,196	0,731	VALID
Pernyataan X2.4	0,196	0,867	VALID
Pernyataan X2.5	0,196	0,831	VALID
Pernyataan X2.6	0,196	0,633	VALID
Pernyataan X2.7	0,196	0,849	VALID
Pernyataan X2.8	0,196	0,808	VALID
Pernyataan X2.9	0,196	0,633	VALID
Pernyataan X2.10	0,196	0,768	VALID
Pernyataan X2.11	0,196	0,402	VALID
Pernyataan X2.12	0,196	0,693	VALID
Pernyataan X2.13	0,196	0,737	VALID
Pernyataan X2.14	0,196	0,851	VALID
Pernyataan X2.15	0,196	0,874	VALID

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach'salpha</i>	r Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	0,914	0,60	Reliabel
Lokasi (X1)	0,933	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,918	0,60	Reliabel

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

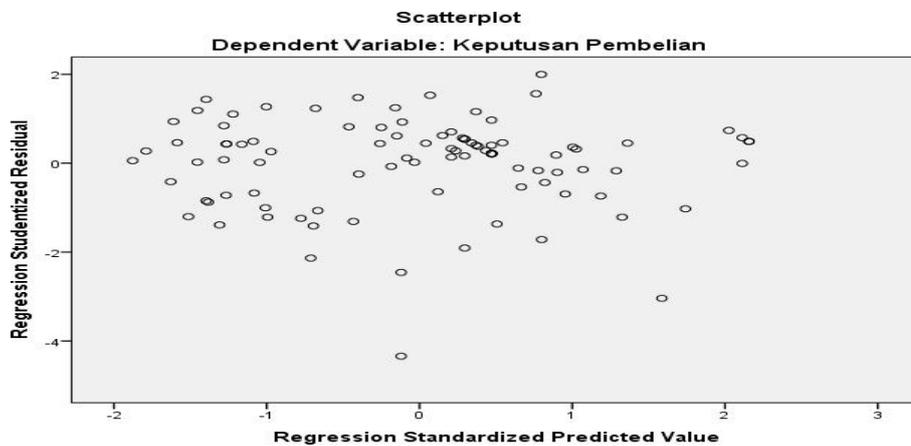


Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,426	3,469		1,276	,205		
	Lokasi	,432	,073	,473	5,883	,000	,357	2,803
	Kualitas Pelayanan	,502	,089	,456	5,671	,000	,357	2,803

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Tabel 4.6 Hasil Uji t

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,426	3,469		1,276	,205
	Lokasi	,432	,073	,473	5,883	,000
	Kualitas Pelayanan	,502	,089	,456	5,671	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4.7 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9613,292	2	4806,646	168,606	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2765,298	97	28,508		
	Total	12378,590	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi						

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	FChange	df1	df2	Sig. F Change
1	,881 <sup>a</sup>	,777	,772	5,339	,777	168,606	2	97	,000
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi									
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian									