



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam

Suci Latifah¹, Suhardi²

Fakultas Ilmu Sosial dan Humainora, Program Studi Manajemen,
Universitas Putera Batam
e-mail: latifahsuci03@gmail.com¹, suhardi@puterabatam.ac.id²

Abstrak

Keputusan pembelian disebabkan oleh faktor, diantaranya kualitas pelayanan dan lokasi jika kualitas pelayanan dan lokasi tepat dengan apa yang diinginkan konsumen. Hal ini bisa menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PT Pos Belakang Padang Batam. Jenis penelitian kuantitatif penelitian ini menggunakan populasi yang dihitung dari jumlah konsumen perbulan sebanyak 485 orang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 219 responden merupakan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin. Teknik sampel yang digunakan yaitu simple random sampling. Metode pengambilan data yaitu dengan kuesioner. Pengujian dengan metode analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji T dan F alat bantu yang digunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menyatakan bahwa uji R^2 sebesar 0,295 ini berarti keputusan pembelian di PT Pos Belakang Padang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi, sisanya (70,5%) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian uji t menyatakan bahwa. Kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas pelayanan; lokasi; keputusan pembelian

Abstract

Purchasing decisions are caused by factors, including service quality and location if service quality and location are exactly what consumers want. This can attract the attention of consumers to make a purchase. This study aims to determine the effect of service quality and location on purchasing decisions at PT Pos Belakang Padang Batam. This type of quantitative research uses a population that is calculated from the number of consumers per month as many as 485 people. The sample in this study

as many as 219 respondents is the result of calculations using the Slovin formula. The sample technique used is simple random sampling. The data collection method is by questionnaire. Testing with multiple linear regression analysis methods, coefficient of determination, T and F test tools used SPSS version 25. The results of this study stated that the R² test of 0.295 means that purchasing decisions at PT Pos Balik Padang are influenced by service quality and location, the rest (70 , 5%) is influenced by other factors. The results of the t test study stated that. Service quality and location partially have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *service quality; location; purchasing decisions*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan jasa pelayanan dibidang pengiriman kini semakin dikenal oleh masyarakat luas karena teknologi yang digunakan semakin canggih. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan dan ditambah munculnya perusahaan jasa pengiriman lain, sehingga pemilik perusahaan harus menciptakan langkah yang tepat untuk bersaing dan berusaha menarik minat konsumen baru agar konsumen tidak beralih ke perusahaan jasa pengiriman lain serta dapat membuat pilihan terhadap konsumen baik berupa jasa dan barang. Keputusan di artikan sebagai suatu pilihan yang konsumen anggap pilihan yang baik dan tepat sesuai dengan keperluan

Pada saat ini persoalan yang terpenting dalam suatu usaha adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Jika melihat dari banyaknya pesaing yang ada, perusahaan perlu mengambil tindakan yang baik dan juga tepat. Salah satu tindakannya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan lokasi yang baik.

Sebelum jasa tersebut bisa digunakan, konsumen terlebih dahulu mencari informasi mengenai kualitas pelayanan dari jasa yang perusahaan berikan kepada konsumen sampai akhirnya konsumen

tertarik untuk melakukan pembelian. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam usaha dibidang jasa.

Pada hakikatnya setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman memiliki kewajiban dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bisa memberi rasa puas kepada konsumen, jika perusahaan dengan kualitas pelayanan yang buruk bisa membentuk rasa tidak puas pada diri konsumen. Konsumen pastinya akan memilih lokasi yang dianggap bisa terjangkau oleh konsumen lain, oleh karena itu faktor lokasi menjadi faktor penting dalam memutuskan pembelian. PT Pos merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang layanan jasa pengiriman. PT Pos Indonesia yang beralamat di Kebun Tempang jalan Hang Tuah No. 2 RT 25/RW 08 Kelurahan Tanjung Sari Kecamatan Belakang Padang Kota Batam ini hanya memiliki 2 orang karyawan.

Ada beberapa masalah yang terjadi di PT Pos mengenai kualitas pelayanan seperti sering terjadi keterlambatan waktu pengiriman, pengiriman tidak sesuai dengan jadwal yang telah disampaikan petugas kepada masyarakat, terjadi kehilangan barang pada saat pengiriman sehingga membuat barang tersebut tidak sampai pada konsumen dikarenakan salah dalam mengirim barang ke alamat yang tidak seharusnya dikirim, konsumen juga mengeluh sewaktu barang tersebut tiba dengan keadaan yang tidak sempurna atau bisa dikatakan *packaging* mengalami kerusakan selama dalam pengiriman.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Pemilihan lokasi yang baik dan juga strategis merupakan keputusan yang sangat penting. permasalahan yang dialami berkaitan dengan lokasi atau tempat yaitu keterbatasan lahan untuk parkir atau

lahan parkir yang kurang memadai dikarenakan lokasi tersebut berada di area perumahan masyarakat sehingga membuat lahan parkir berbagi dengan masyarakat sekitar.

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Pos Belakang Padang Batam”.

Adapun tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen dalam segi layanan agar dapat memenuhi harapan konsumennya (Khairani, et al., 2019: 130).

Kualitas pelayanan merupakan penting dalam kemajuan suatu perusahaan apabila konsumen merasa layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan maka perusahaan akan dipersepsikan baik oleh konsumen (Atmaja, et al., 2018: 14).

Indikator kualitas pelayanan yang digunakan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Wibowo & Priansa, 2017: 165) yaitu sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)

2. Pengertian Lokasi

Lokasi yang strategis membantu konsumen dalam mencapai lokasi usaha sehingga memberikan kemudahan maupun kenyamanan bagi konsumen (Gama, et al., 2016: 24).

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Puspitasari et al., 2018: 24).

Indikator lokasi yang digunakan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Husen, Sumowo, & Rozi, 2018) yaitu sebagai berikut :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Lalu lintas di sekitar lokasi (*traffic*)
4. Fasilitas parkir

3. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan adalah suatu proses kognitif yang menyatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif (Sunyoto, 2015: 88).

Perilaku konsumen diartikan sebagai suatu perilaku yang dilakukan agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa (Priansa, 2017: 61).

Indikator keputusan pembelian yang digunakan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Priansa, 2017: 302) yaitu sebagai berikut:

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Saluran Distribusi
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian

4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini ditujukan supaya bisa menjadi suatu referensi dan perbandingan untuk penelitian ini. Berikut ada penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. oleh (Wilson, et al., 2019) yang berjudul *The Effect of Website Design Quality and Service Quality toward Repurchase Intention in the E-commerce Industry: A Cross-Continental Analysis* dengan hasil menyatakan bahwa kualitas desain situs web dan kualitas pelayanan memiliki efek positif dan hasil yang signifikan pada niat pembelian kembali di *industry E-commerce*.

Hasil penelitian berikutnya dilakukan oleh (Brata, et al., 2017) yang berjudul *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta* dengan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk nitchi di PT Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat.

Hasil penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Yudha & Basuki, 2018) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di House Of Pet Malang*. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

C. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, dengan menerapkan metode analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman pos cabang Belakang Padang pada Bulan September dengan jumlah 485 populasi dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* melalui perhitungan dengan rumus slovin, maka didapati sampel sebanyak 219 responden. Penelitian dilaksanakan mulai tanggal 21 Desember 2019 s/d 4 Januari 2020. Lokasi penelitian dilakukan di PT Pos Belakang Padang.

Penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data yaitu melalui kuesioner dan data yang didapat secara sah dari perusahaan yang terkait. Data primer merupakan data yang sumbernya secara langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu pelanggan PT Pos Belakang Padang Batam, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka, buku-buku dan jurnal senior.

Setelah dilakukannya pengumpulan data primer dari lapangan langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah langkah menganalisis data. Pada penelitian ini terdapat beberapa metode untuk menganalisis data yaitu analisis regresi linier berganda, kemudian pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji f serta R square.

Sebelum melakukan uji tersebut, terlebih dahulu melakukan beberapa uji asumsi klasik untuk mengetahui tingkat ke validan data, maka perlu di lakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji

heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji normalitas untuk menguji kualitas data maka peneliti menggunakan program bantuan yaitu SPSS versi 25.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan (X_1)

No Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,662	0,361	Valid
X1.2	0,625	0,361	Valid
X1.3	0,755	0,361	Valid
X1.4	0,736	0,361	Valid
X1.5	0,536	0,361	Valid
X1.6	0,706	0,361	Valid
X1.7	0,606	0,361	Valid
X1.8	0,504	0,361	Valid
X1.9	0,408	0,361	Valid
X1.10	0,614	0,361	Valid
X1.11	0,591	0,361	Valid

Sesuai dengan tabel 1 di atas, hasil pengujian terhadap variabel kualitas pelayanan (X_1) menyatakan bahwa nilai dari R_{hitung} untuk 11 butir pernyataan dinyatakan valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2)

No Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,403	0,361	Valid
X2.2	0,542	0,361	Valid
X2.3	0,575	0,361	Valid
X2.4	0,595	0,361	Valid
X2.5	0,521	0,361	Valid
X2.6	0,545	0,361	Valid
X2.7	0,428	0,361	Valid
X2.8	0,504	0,361	Valid

Sesuai dengan tabel 2 di atas, hasil pengujian terhadap variabel lokasi (X_2) menyatakan bahwa nilai dari R_{hitung} untuk 8 butir pernyataan dinyatakan valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,653	0,361	Valid
Y.2	0,669	0,361	Valid
Y.3	0,372	0,361	Valid
Y.4	0,589	0,361	Valid
Y.5	0,426	0,361	Valid
Y.6	0,618	0,361	Valid
Y.7	0,632	0,361	Valid
Y.8	0,661	0,361	Valid
Y.9	0,559	0,361	Valid
Y.10	0,717	0,361	Valid

Sesuai dengan tabel 3 di atas, hasil pengujian terhadap variabel keputusan pembelian (Y) menyatakan bahwa nilai dari R hitung untuk 10 butir pernyataan dinyatakan valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Butir Pertanyaan	Hasil Korelasi Produk Moment	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,836	>0,60	Realiabel
Lokasi (X_2)	0,607		Realiabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,792		Realiabel

Sesuai dengan hasil uji reliabilitas seluruh item menyatakan bahwa besarnya nilai dari masing-masing variabel mempunyai hasil korelasi lebih besar dari 0,06 yang artinya semua variabel dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sesuai data normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,200. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) maka nilai data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan antara variabel independen dan dependen dengan absolut residual lebih besar dari 0,005 ($0,67$ dan $0,138 > 0,005$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji multikolonieritas tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 1

dan hasil *Variable Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 ($1,361 < 10$) yang menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai lebih besar dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa persamaan model tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardize d		
		B	Std. Error	Beta	t	
Model					Sig.	
1	(Constant)	18.356	2.079		8.829	.000
	Service Quality	.203	.042	.321	4.811	.000
	Lokasi	.362	.079	.304	4.554	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Dari tabel 5 di atas dapat ditulis persamaan regresi linie berganda yaitu:

$$Y = 18,356 + 0,203X_1 + 0,362X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 18,356 menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) maka nilai dari keputusan pembelian (Y) adalah 18,356
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) bersifat positif sebesar 0,203 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian (Y) dan setiap pertambahan nilai kualitas pelayanan (X_1) akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian (Y) sebesar 0,203 dan jika terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan (X_1)

maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,362 selebihnya di pengaruhi faktor lain.

4. Hasil uji R^2

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.289	1.868

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Keputusan Pembelian

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dapat dilihat pada tabel 6 di atas bahwa nilai R^2 menunjukkan nilai 0,295 besaran persentase pengaruh variabel independen secara simultan terhadap Y adalah dengan mengalikan R^2 dengan 100%, sehingga menghasilkan besaran 29,5%. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi kualitas pelayanan dan lokasi yang memberikan 29,5% sedangkan 70,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. Hasil Uji T

Sesuai pada tabel 5 di atas menyatakan bahwa Variabel kualitas pelayanan (X_1) ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,811 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,970$ dan nilai signifikansi 0,000 dan lokasi (X_2) ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4.554 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,970$ dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian maka secara parsial variabel kualitas pelayanan dan lokasi dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dan kedua diterima.

6. Hasil Uji F

Tabel 7 Hasil Uji-f (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315.530	2	157.765	45.226	.000 ^b
	Residual	753.484	216	3.488		
	Total	1069.014	218			

Sesuai pada tabel 7 di atas Pengujian hipotesis dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai $F_{hitung} = 45,226$ sedangkan nilai $F_{tabel} = 3,04$. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi secara simultan variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis ketiga diterima

7. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Sesuai dengan hasil uji T dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sehingga hipotesis pertama diterima. Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa penelitian ini sejalan dengan (Wilson, et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas desain situs web dan kualitas pelayanan memiliki efek positif dan hasil yang signifikan pada niat pembelian kembali di *industry E-commerce*.

b. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Sesuai dengan hasil uji T dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sehingga hipotesis kedua diterima. Berdasarkan

penelitian terdahulu penelitian ini sejalan dengan (Brata, et al., 2017) yang menyatakan bahwa hasil penelitian untuk variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Sesuai dengan uji F variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

E. PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. Berdasarkan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,811 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,970$
2. Variabel lokasi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. Berdasarkan uji t secara parsial nilai t_{hitung} sebesar 4.554 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,970$
3. Berdasarkan hasil hipotesis uji F menunjukkan bahwa pengujian variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan hasil yang diperoleh nilai $F_{hitung} = 45,226$ sedangkan

nilai $F_{\text{tabel}} = 3,04$. Jadi $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, dan probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Saran

- a. Perlu adanya pemeriksaan kembali saat barang akan dikirim ke alamat yang akan dituju, serta perlu dilakukan pemberitahuan melalui nomor telepon yang tertera di paket pada pelanggan untuk mengetahui bahwa alamat dan paket yang dituju informasinya benar.
- b. Diharapkan dapat memperluas lokasi parkir untuk tempat parkir kendaraan konsumen agar lebih nyaman.
- c. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor lain diluar faktor yang diteliti yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian di Pos ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT . Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12–23.
- Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani, dan H. A. (2017). *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*, 2(4B), 433–445.
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati), 11(1), 22–30.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127–143.
- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, Ika I. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Matahari Putera Prima (HYPERMART). *Jurnal Manajemen*, 5, 129–136.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Dermaga Point Palembang) Puspitasari 1 , Dian Eka 2 , & Welly Nailis 3. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, (1), 23–32.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). *The Effect of Website Design Quality and Service Quality toward Repurchase Intention in the E-commerce Industry: A Cross-Continental Analysis*. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.33665>
- Yudha, I., & Basuki, R. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di *house of pet* malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 329–333.