

**PENGARUH LOKASI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENJUALAN  
MINYAK ECER KENDARAAN BERMOTOR  
DI KELURAHAN NEGERI BARU**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**HILDA MAYANTI SIREGAR  
NIM. 1940200008**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

**PENGARUH LOKASI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENJUALAN  
MINYAK ECER KENDARAAN BERMOTOR  
DI KELURAHAN NEGERI BARU**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**HILDA MAYANTI SIREGAR  
NIM. 1940200008**

**PEMBIMBING I**

**Dr. Rukiah, S.E., M.Si  
NIP. 197603242006042002**

**PEMBIMBING II**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si  
NIP. 199305242020122005**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

Hal : Skripsi  
a.n. **Hilda Mayant Siregar**

Padangsidempuan, Desember 2023

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **HILDA MAYANTI SIREGAR** yang berjudul "**Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**



**Dr. Rukiah, SE., M.Si**  
**NIP. 19760324 200604 2 002**

**PEMBIMBING II**



**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 19930524 202012 2 005**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Mayanti Siregar  
NIM : 19 402 00008  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 8 Desember 2023  
Saya yang Menyatakan,



**HILDA MAYANTI SIREGAR**  
**NIM. 19 402 00008**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Mayanti Siregar  
NIM : 19 402 00008  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada tanggal : 13 September 2023  
Yang menyatakan,



**Hilda Mayanti Siregar**  
**NIM. 19 402 00008**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Hilda Mayanti Siregar  
NIM : 19 402 00008  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

Ketua

Dr. Rukiah, M.Si  
NIDN. 2024037601

Sekretaris

Windari, MA  
NIDN. 2010058301

Anggota

Dr. Rukiah, M.Si  
NIDN.2024037601

Windari, MA  
NIDN. 2010058301

H. Ali Hardana, M.Si  
NIDN. 2024047102

Indah Hermatasari Siregar, M.Si  
NIDN. 2024059302

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Senin/20 November 2023  
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/ 72,75 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,57  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733

Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LOKASI HARGA DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PENJUALAN MINYAK ECER KENDERAAN BERMOTOR  
DIKELURAHAN NEGERI BARU**

**NAMA : HILDA MAYANTI SIREGAR**

**NIM : 19 402 00008**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
Syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, Januari 2024

Dekan,



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## **ABSTRAK**

Nama : Hilda Mayanti Siregar  
NIM : 19 402 00008  
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru

Masyarakat masih membeli minyak bensin dipenjual minyak ecer, hal ini diketahui sebab pedagang minyak ecer yang masih bertahan menjual minyak ecer sampai saat ini. Padahal dilihat dari lokasi dan perbandingan harga yang ditetapkan SPBU jauh lebih murah dibanding harga yang diberikan oleh penjual minyak ecer serta pelayanan yang disediakan SPBU lebih lengkap dan terjamin dibanding dengan penjual minyak ecer. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah lokasi, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru. Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah sampel 69 responden. Teknik analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji secara parsial (uji t) dan uji secara simultan (uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Pelayanan, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*Name* : Hilda Mayanti Siregar  
*Nim* : 19 402 00008  
*Thesis Take* : *The Influence of Location, Price and Service on Consumer Purchasing Decisions in Retail Oil Sales for Motor Vehicles in Negeri Baru Subdistrict*

*People still buy petrol from retail oil sellers, this is known because retail oil traders are still selling retail oil to this day. In fact, judging from the location and comparison, the prices set by gas stations are much cheaper than the prices given by retail oil sellers and the services provided by gas stations are more complete and guaranteed compared to retail oil sellers. The aim of this research is to find out whether location, price and service influence consumer purchasing decisions in retail motor vehicle oil sales in Negeri Baru Village. The theory in this research relates to location, price and service on purchasing decisions. The type of research used is quantitative research with data sources, namely primary and secondary data. Data collection techniques used questionnaires, interviews and documentation with a sample size of 69 respondents. Data analysis techniques with validity test, reliability test, descriptive analysis test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, coefficient of determination test ( $R^2$ ), partial test (t test) and simultaneous test (F test ). The results of this research show that there is an influence of price, location and service on consumer purchasing decisions in retail motor vehicle oil sales in Negeri Baru Village.*

Keywords: Price, Location, Service, Purchasing Decision

## خلاصة

الاسم : هيلدا ماينتي سيريجار  
رقم : ١٩٤٠٢٠٠٠٠٨  
عنوان الرسالة : تأثير الموقع والسعر والخدمة على قرارات شراء المستهلك على مبيعات زيت التجزئة للسيارات في قرية نيغري بارو

لا يزال الناس يشترون زيت البنزين من بائعي النفط بالتجزئة ، وهذا معروف لأن تجار النفط بالتجزئة الذين ما زالوا على قيد الحياة يبيعون زيت التجزئة حتى يومنا هذا. على الرغم من أن الحكم من الموقع ومقارنة الأسعار التي تحددتها محطات الوقود أرخص بكثير من السعر الذي يقدمه بائعو النفط بالتجزئة والخدمات التي تقدمها محطات الوقود أكثر اكتمالا ومضمونة من بائعي النفط بالتجزئة. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان الموقع والسعر والخدمة تؤثر على قرارات شراء المستهلك بشأن زيت التجزئة للسيارات في قرية نيغري بارو. تتعلق النظرية في هذه الدراسة بالموقع والسعر والخدمة لقرارات الشراء. نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي مع مصادر البيانات ، وهي البيانات الأولية والثانوية. استخدمت تقنيات جمع البيانات الاستبيانات والمقابلات والوثائق مع عينة من تسعة وستين مستجيبا. تقنيات تحليل البيانات مع اختبارات الصلاحية ، اختبارات الموثوقية ، اختبارات التحليل الوصفي ، اختبارات الحالة الطبيعية ، اختبارات الاضطلال ، اختبارات عدم التجانس ، اختبارات تحليل الانحدار الخطي المتعدد ، اختبارات معامل التحديد ، الاختبارات الجزئية والاختبارات المترامنة. تظهر نتائج هذه الدراسة أن هناك تأثيرا للسعر والحب والخدمة على قرارات شراء المستهلك بشأن بيع زيت التجزئة للسيارات في قرية نيغري بارو.

الكلمات المفتاحية: السعر ، الموقع ، الخدمة ، قرار الشراء

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, madinatul‘ilmi, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor

Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si . Selaku Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si. Selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti sendiri yang selalu memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Indah Permatasari Siregar, M.Si. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

7. Tokoh Agama, Pemerintah dan Masyarakat Kelurahan Negeri Baru, Kecamatan Bilah Hilir Kabupaten Labuhan Batu yang telah memberikan dukungan dan data.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda (Alm. Ambron Siregar) banyak hal yang menyakitkan peneliti lalu tanpa sosok ayah, babak belur di hajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan, rasa iri dan rindu yang sering kali membuat peneliti terjatuh tertampar realita, tapi itu tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang pernah ayah berikan, maka tulisan ini penulis persembahkan untuk malaikat perlindungan disurga. Kepada Ibunda (Ermawti), yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, memberikan dukungan moral dan material, keikhlasan, kesabaran dan tidak lupa selalu memanjatkan doa-doa untuk kelancaran putrinya. Serta tidak lupa juga kepada Abang (Hendri), Kakak (Henni, Rina, Juria, Ayu) yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada peneliti yang dibutuhkan oleh peneliti.
9. Ucapan terimakasih yang tulus kepada sahabat seperjuangan saya Bar-Bar Club, Kos Hijab, dan Dwi Shela Novita sebagai teman baik saya yang telah mensupport dan memberi nasehat serta motivasi baik dikala senang maupun dikala susah.
10. Terimakasih teruntuk keluarga besar HIMADIKSI dan KAMMI yang telah banyak memberi pengalaman, berbagi cinta dan tempat untuk mengeksplorasi kemampuan penulis.
11. Dan untuk seluruh pihak yang banyak membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang tak terhingga.
12. Last but not least, untuk Hilda Mayanti Siregar, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Januari 2024  
Peneliti

HILDA MAYANTI SIREGAR  
NIM. 1940200008

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ā	·	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	āl	·	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	·	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangka adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي...ا...و... و...	fathah dan alif atau ya	—	A dan garis atas
ي...و...	Kasrah danya	-	I dan garis di bawah
و...	ḍommah dan wau	—	U dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau



mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *TaMarbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *TaMarbutah* itu ditransliterasikan dengan ha(h).

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu  $\text{و}$ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf

yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dandiakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa

yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diridan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber:Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta:Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQSAH</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Definisi Operasional Variabel .....	10
G. Manfaat Penelitian .....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kerangka Teori .....	14
1. Keputusan Pembelian.....	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
b. Keputusan Pembelian Menurut Islam .....	16
2. Lokasi.....	18
a. Pengertian Lokasi .....	18
b. Faktor-faktor Penentuan Lokasi Usaha .....	19
c. Lokasi Dalam Pandangan Islam .....	19
3. Harga.....	20
a. Pengertian Harga .....	20
b. Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun .....	22
c. Harga yang Adil (Ibnu Tamiyah) .....	23
d. Indikator Harga .....	24
4. Pelayanan .....	25
a. Pengertian Pelayanan .....	25
b. Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	27
c. Indikator Pelayanan .....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	34

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
B. Jenis Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data .....	40
E. Instrumen Pengumpulan Data .....	41
F. Teknik Analisis Data .....	43

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
1. Deskripsi Geografis .....	49
2. Deskripsi Demografis .....	50
B. Hasil Analisis Data .....	52
1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	52
a. Uji Validitas .....	52
b. Uji Reliabilitas.....	54
2. Teknik Analisis Data.....	55
a. Uji Normalitas .....	55
b. Uji Linearitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Multikolinearitas .....	58
b. Heteroskedastisitas .....	59
c. Statistic Deskriptif.....	60
4. Uji Determinasi.....	61
5. Uji Hipotesis .....	61
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	61
b. Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	62
6. Analisis Regresi linear berganda .....	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
D. Keterbatasan Penelitian .....	71

<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	73

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

- Tabel I.1 Jumlah Kendaraan Bermotor dan Jenis Kendaraannya Menurut Kabupaten/kota di Provinsi Sumatra Utara pada tahun 2020
- Tabel I.2 Jumlah penjual minyak ecer disetiap lingkungan yang ada di Kelurahan Negeri Baru.
- Tabel I.3 Jumlah penjual minyak ecer dikelompok lokasi.
- Tabel I.4 Defenisi Operasional Variabel
- Tabel II.1 Penelitian Terdahulu
- Tabel III.1 Skala Ordinal
- Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Tentang Lokasi
- Tabel III.3 Kisi-Kisi Angket Tentang Harga
- Tabel III.4 Kisi-Kisi Angket Tentang Pelayanan
- Tabel III.5 Kisi-Kisi Angket Tentang Keputusan Pembelian
- Tabel IV. 1 Luas Wilayah Kecamatan Bilah Hilir
- Tabel IV. 2 Jumlah Penduduk Kecamatan Bilah Hilir 2021
- Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ )
- Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ )
- Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Pelayanan ( $X_3$ )
- Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)
- Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel IV. 8 Hasil Uji Linearitas Lokasi
- Tabel IV. 9 Hasil Uji Linearitas Harga
- Tabel IV. 10 Hasil Uji Linearitas Pelayanan
- Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinearitas
- Tabel IV. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Tabel IV. 13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif
- Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- Tabel IV. 15 Hasil Uji t
- Tabel IV. 16 Hasil Uji F
- Tabel IV. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Penggunaan transportasi di Indonesia tercatat cukup tinggi. Melihat tingginya jumlah kendaraan yang ada di Indonesia, tentu saja kebutuhan BBM juga kian meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum di hampir seluruh daerah baik di kota sampai ke pelosok desa.<sup>1</sup>

Keadaan ini berdampak positif bagi masyarakat Indonesia dikarenakan munculnya SPBU membuat masyarakat berpikir untuk membuka usaha sampingan sebagai tambahan penghasilan. Transportasi adalah suatu kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi merupakan hal yang penting bagi manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari seperti kerja, sekolah, kuliah, dan lain sebagainya. Transportasi juga sangat penting dalam melakukan pembangunan dan pengembangan infrastruktur di suatu kota. Salah satu transportasi yang sering digunakan manusia yaitu kendaraan. Dengan adanya kendaraan, manusia dapat melaksanakan aktivitasnya dengan mudah baik jarak dekat ataupun jarak jauh.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> I Made Satria Wibawa, Anak Agung Ketut Sukranatha, And I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Konsumen Terhadap Kecurangan Pengisian Bahan Bakar Minyak Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum Di Bali," *Kertha Semaya: Journal ilmu hukum* 7, No. 2 (January 17, 2019): 1, <https://doi.org/10.24843/KM.2019.V07.I02.P14>.

<sup>2</sup> Elizabeth Michelle, Melvin Jusuf, And Jenni Julian, "Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Berdasarkan Pergub No 66 Tahun 2020 Tentang Uji Emisi Kendaraan Bermotor Di Jakarta," *Adil: Jurnal Hukum* 12, No. 1 (July 22, 2021), <https://doi.org/10.33476/Ajl.V12i1.1920>.

Ditambah lagi perkembangan perekonomian pada zaman sekarang semakin pesat, yang berdampak dalam kehidupan masyarakat banyak membutuhkan Bahan Bakar Minyak (BBM) untuk keperluan sehari-hari guna kelangsungan hidupnya. Bahan Bakar Minyak memiliki peranan yang penting dan merupakan salah satu kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dalam kegiatan masyarakat. Di Indonesia, peran BBM sangat penting dalam kehidupan masyarakat terutama dalam kegiatan usaha, banyak masyarakat berbondong-bondong menjual bensin eceran dengan menggunakan botol. SPBU memiliki perbedaan dalam pengoperasiannya dibandingkan eceran botolan pada umumnya. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) adalah tempat dimana kendaraan bermotor bisa memperoleh bahan bakar minyak. SPBU yang dimiliki Pertamina dan merupakan perusahaan milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara). SPBU memiliki standarisasi seperti berupa sarana pemadam kebakaran, sarana lingkungan, sistem keamanan, sistem pencahayaan, sensor api dan perlengkapan kebakaran, lambang PT Pertamina, fasilitas umum, dan lahan parkir. Stasiun pengisian bahan bakar umum ini sendiri menggunakan alat digital yang memiliki akurasi takaran agar memudahkan untuk menentukan liter yang diinginkan. Dengan ketetapan harga bio solar Rp6.800/ liter, pertalite Rp.10.000/ liter, dan pertamax Rp.13.300/ liter.<sup>3</sup>

Eceran botolan merupakan tempat pengisian bahan bakar yang menggunakan botol bekas minuman mineral berukuran besar dan sering kita jumpai dipinggir jalan. Sistem penjualan bahan bakar minyak ini sering digunakan

---

<sup>3</sup> [http://id.m.wikipedia.org/wiki/dispenser\\_bahan\\_bakar](http://id.m.wikipedia.org/wiki/dispenser_bahan_bakar) diakses pada tanggal 24 April 2019 Pukul 13.04 WIB



masyarakat karena botol yang digunakan sebagai wadah tempat minyak tersebut mudah didapatkan seperti ditempat pengepul barang bekas. Botol plastik yang digunakan berukuran 1500 ml, tinggi 25 cm, diameter tutup 2,8 cm, berat 1000 gram, diameter bawah 6,2 cm, diameter mulut 2,9 cm.<sup>4</sup> Biasanya jenis bahan bakar yang sering dijual dalam botolan adalah jenis bahan bakar pertalite dan bio solar dengan harga kisaran 10-15 ribu perbotol.

Permintaan bahan bakar minyak (BBM) terutama bensin dari tahun ke tahun juga terus mengalami peningkatan. Peningkatan penggunaan bahan bakar minyak ini sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dalam bidang otomotif sehingga memerlukan banyak bahan bakar minyak termasuk bensin. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan mesin dengan bahan bakar bensin, semakin banyak pula kebutuhan masyarakat akan bensin. Bensin juga tidak hanya diperlukan pada kendaraan saja, melainkan dibutuhkan juga untuk memutarakan diesel untuk keperluan pertanian, sebagai pengganti listrik, dan lain-lain. Kebutuhan masyarakat akan bahan bakar bensin membuat Kelurahan Negeri Baru Sekarang memanfaatkan bensin sebagai suatu usaha milik pribadi yaitu sebagai penjual minyak ecer.

Kelurahan Negeri Baru merupakan salah satu desa yang telah tersedia didistrik Bilah Hilir, Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara. Masyarakat Kelurahan Negeri Baru rata-rata bekerja sebagai petani, untuk menambah penghasilan sebagian dari masyarakatnya membuka usaha kecil dirumah seperti menjual minyak ecer botolan. Masyarakat memilih membuka

---

<sup>4</sup> Anggellshop, "Botol Minyak Eceran," Oktober 2022, <https://www.tokopedia.com>.

usaha minyak ecer ini disebabkan peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang dari tahun ke tahun meningkat hal tersebut diketahui dari jumlah data badan statistik mengenai pengguna kendaraan bermotor kabupaten/kota Provinsi Sumatera Utara. Jumlah kendaraan bermotor dan jenis kendaraannya menurut kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2020 (Tabel I.1).

**Tabel I. 1 Jumlah Kendaraan Bermotor dan Jenis Kendaraannya Menurut Kabupaten/kota di Provinsi Sumatra Utara pada tahun 2020**

No	Nama Kabupaten/Kota	Jumlah Kendaraan Bermotor			
		Mobil	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
1	Mandailing Natal	476	227	7 286	7 989
2	Tapanuli Selatan	725	462	10 610	11 797
3	Tapanuli Tengah	291	197	6 436	6 924
4	Tapanuli Utara	746	293	4 096	5 135
5	Toba Samosir	604	286	3 377	4 267
6	Labuhan Batu	1 122	998	12 315	14 465
7	Asahan	1 089	829	20 988	22 906
8	Simalungun	371	249	6 523	7 143
9	Dairi	578	452	3 791	4 821
10	Karo	2 004	1 328	5 203	8 535
11	Deli Serdang	1 640	966	20 122	22 728
12	Langkat	1 075	697	18 418	20 190
13	Nias Selatan	86	64	2 008	2 158
14	Humbang Hasundutan	372	234	2 293	2 899
15	Pakpak Barat	65	55	340	460
16	Samosir	263	219	2 275	2 757
17	Serdang Berdagai	706	444	11 257	12 407
18	Batu Bara	276	136	6 217	6 629
19	Padang Lawas Utara	45	26	358	429
20	Padang Lawas	38	26	460	524
21	Labuhan Batu Selatan	347	219	7 141	7 707
22	Labuhan Batu Utara	259	205	6 306	6 770
23	Nias Utara	...	...	...	...

24	Nias Barat	...	...	...	...
25	Kota Sibolga	328	163	5 091	5 582
26	Kota Tanjung Balai	302	122	4 629	5 053
27	Kota P.Siantar	2 966	1 557	22 894	27 617
28	Kota Tebing Tinggi	785	396	10 077	11 258
29	Kota Medan	43 375	12 474	232 529	288 378
30	Kota Binjai	1 791	718	16 744	19 253
31	K. Padangsidempuan	701	404	6 033	7 138
32	Kota Gunungsitoli	330	309	7 488	8 127
33	Sumatra Utara	63 986	24 755	463 305	552 046

Sumber: Badan pusat statistik provinsi Sumatera Utara

Dari data yang tersaji di atas dapat dilihat Kabupaten Labuhan Batu berada pada urutan ke 6 dengan jumlah kendaraan bermotor yaitu 14.465 sedangkan kendaraan sepeda motor berada pada urutan ke 7 terbanyak di Sumatera Utara dengan jumlah 12.315. kondisi ini membuat warga Kelurahan Negeri Baru melihat peluang membuka usaha penjualan bensin eceran. Kelurahan Negeri Baru memiliki 7 lingkungan yaitu Lingkungan Bangun Sari-I, Lingkungan Bangun Sari-II, Lingkungan Bangun Rejo, KM 1-11, Pintasan, Sei Abal Makmur, Sei Abal Pasar. Di setiap lingkungan terdapat penjual minyak ecer, hal ini diketahui dari survey yang dilakukan di lapangan. Jumlah penjual minyak ecer di setiap lingkungan yang ada di Kelurahan Negeri Baru pada tahun 2023 (Tabel I.2).

**Tabel I. 2 Jumlah penjual minyak ecer di setiap lingkungan yang ada di Kelurahan Negeri Baru pada tahun 2023.**

NO	Nama	Jumlah Penjual Minyak Ecer
1	Lingkungan Bangun Sari-I	4
2	Lingkungan Bangun Sari-II	5
3	Lingkungan Bangun Rejo	3

4	KM 1-11	8
5	Pintasan	2
6	Sei Abal Makmur	3
7	Sei Abal Pasar	3
JUMLAH		28

Sumber: Data diperoleh dari hasil survey lapangan secara langsung.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada 28 jumlah penjual minyak ecer di Kelurahan Negeri Baru yang tersebar di 7 lingkungan yaitu Lingkungan Bangun Sari-I terdapat 4 penjual minyak ecer, Lingkungan Bangun Sari-II terdapat 5 penjual minyak ecer, Lingkungan Bangun Rejo terdapat 3 penjual minyak ecer, KM 1- KM 11 terdapat 8 penjual minyak ecer, Pintasan terdapat 2 penjual minyak ecer, Sei Abal Makmur terdapat 3 penjual minyak ecer, dan yang terakhir Sei Abal Pasar terdapat 3 penjual minyak ecer.

Kemudian penjual minyak ecer tersebut dibagi kembali kedalam kelompok lokasi penjualan yang dimana kelompok lokasi tersebut yaitu lokasi penjualan minyak ecer didekat SPBU, kategori ini berdasarkan jarak paling jauh 1 km dari SPBU. Kemudian lokasi penjualan minyak ecer disekitar jalan besar/lintas, kategori ini berdasarkan pada letak penjualan minyak ecer tepat disebelah jalan besar. Dan yang terakhir lokasi penjualan minyak ecer didalam gang, kategori ini berdasarkan letak penjualan yaitu didalam gang. Jumlah penjual minyak ecer dikelompok lokasi pada tahun 2023 (Tabel I.3)

**Tabel I. 3 Jumlah penjual minyak ecer dikelompok lokasi pada tahun 2023.**

No	Lokasi penjualan minyak ecer	Jumlah penjual minyak ecer
1	didekat SPBU	5
2	disekitar jalan besar/lintas	13
3	didalam gang	10
JUMLAH		28

Sumber: Data diperoleh dari hasil survey lapangan secara langsung.

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 3 kategori letak lokasi penjualan minyak ecer yaitu kategori didekat SPBU terdapat 5 penjual minyak ecer, kategori disekitar jalan besar/lintas terdapat 13 penjual minyak ecer, dan yang terakhir kategori didalam gang terdapat 10 penjual minyak ecer. Dari kategori lokasi ini terlihat bahwa terdapat lebih banyak penjual minyak ecer dikategori lokasi disekitar jalan besar/lintas kemudahan dari data ini juga terlihat bahwa masyarakat masih membeli minyak bensin dipenjual minyak ecer, hal ini diketahui sebab pedagang minyak ecer yang masih bertahan menjual minyak ecer sampai saat ini. Padahal diilihat dari lokasi dan perbandingan harga yang ditetapkan SPBU jauh lebih murah dibanding harga yang diberikan oleh penjual minyak, ecer serta pelayanan yang disediakan SPBU lebih lengkap dan terjamin dibandingkan dengan penjual minyak ecer, dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang ***“Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru”***

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah yang ditemukan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih bertahannya penjual minyak ecer ditinjau dengan lokasih yang jauh dari kata strategis sebab berani besaing dengan SPBU yang lokasinya tepat didekat SPBU, kemudin disekitar Jln.besar/lintas dan didalam gang.
2. Harga yang ditawarkan SPBU jauh lebih murah dibanding penjual minyak ecer akan tetapi konsumen masih membeli bahan bakar minyak dipenjual minyak ecer.
3. Pelayanan yang disediakan SPBU jauh lebih baik ke masyarakat dibanding penjual minyak ecer akan tetapi konsumen masih membeli bahan bakar minyak dipenjual minyak ecer.

## **C. Batasan Masalah**

Melihat paparan yang tertera dilatar belakang masalah dan identifikasih masalah, peneliti memutuskan untuk menentukan batasan masalah yang akan diteliti agar menghasilkan informasi yang akurat. Pada penelitian ini peneliti mempunyai keterbatasan waktu, ilmu dan dana yang menjadi alasan perlunya ditentukan batasan masalah. Agar penelitian ini berjalan dengan sukses dan tidak terbengkalai ditengah jalan maka penelitian menentukan batasan masalah pada penelitian ini adalah pengaruh lokasi, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru, Kecamatan Bilah Hilir, Kabupaten Labuhan Batu.

Dengan demikian batasan masalah pada variabel bebas (X) yaitu lokasi, harga dan pelayanan, sedangkan keputusan pembelian konsumen adalah variabel terikat (Y).

#### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru?
2. Apakah harga memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru?
3. Apakah pelayanan memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru?
4. Apakah lokasi, harga, dan pelayanan memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

#### F. Defenisi Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian merupakan batasan pendefinisian dari serangkaian variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian, dengan maksud menghindari kemungkinan adanya makna ganda, sekaligus mendefinisikan variabel-variabel sampai dengan kemungkinan pengukuran dan cara pengukurannya. Variabel bebas merupakan variabel yang tidak terikat dan sifatnya mempengaruhi variabel yang lain. Definisi Operasional Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Lokasi (X1), Harga (X2) dan Minat beli (Y) adalah :

**Tabel I. 4 Defenisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Lokasi (X1)	Lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikannya suatu produk, melayani konsumen, memajukan produk-produk yang diperjual belikan. <sup>5</sup>	1. Penjualan minyak ecer didekat SPBU 2. Penjualan minyak ecer disekitar Jln.besar/lintas 3. Penjualan minyak ecer didalam gang	Ordinal
2	Harga	Harga adalah	1. Daya saing harga	Ordinal

<sup>5</sup> Choms Gary GT, dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), hlm.41.



	(X2)	jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. <sup>6</sup>	2. Keterjangkauan harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	
3	Pelayanan (X3)	Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. <sup>7</sup>	1. Daya tanggap 2. Empati 3. Kemampuan memahami	Ordinal
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah kemandapan pada suatu produk atau jasa, yang dimana terdapat minat membeli. <sup>8</sup>	1. Kebutuhan yang dirasakan 2. Perilaku pasca memakai 3. Perilaku pasca pembelian	Ordinal

### G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik sebagai praktisi, akademis, atau pemerhati pemasaran, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

<sup>6</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: BPFE, 2019), hlm.185.

<sup>7</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2022), hlm.23.

<sup>8</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm.27.

## 2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan

Hasil dari penelitian ini, kedepannya dapat digunakan untuk memperkaya referensi di Perpustakaan dan sebagai pembanding untuk penelitian lanjutan yang sejenis.

## 3. Bagi Peneliti :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu, wawasan, dan kemampuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan sistematika penelitian dibagi menjadi lima bab agar lebih mudah dipahami pembaca, penulisan sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan meliputi atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian

Bab II terdiri atas kerangka teori berupa: keputusan konsumen, harga, kualitas pelayanan dan lokasi, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III meliputi metodologi penelitian berupa: waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data berupa wawancara dan angket, uji validitas dan reliabilitas instrumen berupa: uji validitas dan uji reliabilitas, analisis data berupa: uji normalitas, uji linearitas, uji koefisiensi determinan  $R^2$ , uji hipotesis berupa: uji parsial (t), uji signifikan simultan (F), analisis regresi linear berganda

Bab IV pembahasan yang berisikan hasil penelitian, Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen membeli pada penjual minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis yang dilakukan dan pembahasan tentang hasil yang telah diperoleh.

Bab V penutup, yang berisikan kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran yang diberikan kepada pihak-pihak terkait.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Keputusan Pembelian

###### 1) Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.<sup>1</sup> Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar memilih.

Keputusan konsumen adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok dan membeli produk yang paling disukai. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen sebagai kepemilikan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatifnya.

Proses untuk mencapai keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahapan. Empat tahap proses keputusan pembelian meliputi:<sup>2</sup>

###### 1) Pengenalan masalah

Merupakan tahap pertama diproses keputusan pembelian, dimana konsumen mengenali masalah atau kebutuhan.

---

<sup>1</sup> Leon Gschiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks, 2020), hlm.485.

<sup>2</sup> Mahmud Machfoedz, *Perilaku Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021), hlm.61-62.

## 2) Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen digerakkan untuk lebih banyak mencari informasi, konsumen lebih mudah melakukan pencarian informasi aktif, ketika lebih banyak informasi diperoleh maka kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang barang atau jasa semakin meningkat.

## 3) Penilaian alternative

Konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam himpunan pikiran.

## 4) Perilaku setelah pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Jika produk sesuai harapan maka konsumen akan puas. Jika kurang puas memenuhi harapan maka konsumen tidak puas. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Bila konsumen puas, dia akan menunjukkan probabilitas yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Untuk lebih memahami alasan yang mendasari pembelian oleh konsumen, pemasar perlu memerhatikan motif konsumen yaitu faktor-faktor yang mendorong konsumen melakukan tindakan tertentu. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika didorong sehingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm.90.

## 2) Keputusan Pembelian Menurut Islam

Sikap pelanggan dalam islam menekankan pada rancangan bawah kalau orang cenderung buat memilah benda serta pelayanan yang membagikan kemaslahah maksimum. Perihal ini cocok dengan pemikiran ekonomi islam yang mana tiap pelakon ekonomi mau tingkatkan masalah yang diperolehnyadalam berkonsumsi. Sikap mengkonsumsi digerakkan oleh corak keinginan guna menggapai masalah maksimum. Seseorang pelanggan yang hendak komsumsi sesuatu benda wajib ketahui benda apa yang betul- betul beliau butuhkan.<sup>4</sup>

Perilaku pelanggan dalam islam tidak hanya berdasar pada prinsip-prinsip bawah kerasionalan etika serta sikap pelanggan pula wajib mencermati etika serta norma- norma mengkonsumsi. Etika serta norma-norma dalam mengkonsumsi islam ini berasal dari Al- Quran serta As-Sunnah. Bagi opini Al Qardhawi, berkata kalau terdapat sebagian norma serta etika mengkonsumsi dalam islam, yang jadi sikap mengkonsumsi islami diantaranya merupakan:

### 1) Membelanjakan hartanya dalam kebaikan dan menghindari kufur.

Penggunaan harta orang wajib menjajaki determinasi yang sudah digariskan Allah lewat syariaah islam yang bisa dikelompokkan jadi 2 target ialah eksploitasi harta buat kebutuhan ibadah serta penggunaan harta guna kebutuhan diri sendiri.

---

<sup>4</sup> Anita Rahmawatiy, *Ekonomi Mikro Islam2* (Kudus: Nora2Media Enterprise,02011), hlm.65.

2) Tidak melakukan kemubadziran.

Agama islam mengharuskan tiap orang guna membelanjakan hartanya buatenuhi keinginan sendiri serta keluarga dan menafkahnnya dijalan Allah.

3) Sikap sederhana

Tindakan hidup simpel ini amat direkomendasikan dalam anutan islam. Membelanjakan hartanya seperlunya merupakan tindakan baik, apalagi pengiritan ialah salah satu tahap yang sungguh direkomendasikan pada dikala darurat ekonomi terjalin.<sup>5</sup>

Penyeimbang mengkonsumsi dalam ekonomi islam didarkan pada prinsip kesamarataan penyaluran. Dalam ekonomi islam kebahagiaan seseorang mukmin tergantung pada nilai- nilai agama yang diaplikasikan pada runinitas kegiatannya, terlihat pada peruntukan duit yang hendak dibelanjakannya. Begitu juga Sabda Allah pada Q.S *Al-Furqaan* ayat 67 yang berikan petunjuk gimana hendaknya seseorang mukmin mebelanjakan hartanya merupakan:<sup>6</sup>

تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ  
لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا

<sup>5</sup> Anita Rahmawatiy, *Ekonomi Mikro Islam*, hlm,84.

<sup>6</sup> Al-Quran, Al-Furqan ayat 67, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: J-ART, 2015), hlm,366.

Artinya :“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di tengah-tengah antara yang demikian (Q.S *Al-Furqaan*: 67)”.

## 2. Lokasi

### 1) Pengertian Lokasi

Lokasi adalah tempat melayani konsumen atau biasa disebut juga sebagai tempat memajang barang-barang dagangan. Konsumen dapat melihat langsung barang yang di jual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>7</sup>

Lokasi juga berhubungan dengan dengan pemasaran yaitu tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu letak atau tempat yang menetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu merupakan daerah pertokoan di dalam maupun di luar gedung. Suatu lokasi yang strategis dapat mempengaruhi setiap orang daalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis.

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm.140.



## 2) Faktor-faktor penentuan lokasi usaha

### 1) Jumlah penduduk

Kepadatan suatu penduduk menjadi salah satu tolak ukur besarnya potensi usaha yang dijalankan, karena nantinya yang akan membeli produk atau jasa yang disediakan.

### 2) Pendapatan

Setelah mengetahui jumlah kepadatan penduduk, maka seorang pengusaha juga harus melihat seberapa penghasilan calon konsumen. Karena konsumen merupakan sebagai target pasar yang harus memiliki daya beli yang cukup untuk membeli produk yang dipasarkan, jika lingkungan sekitar tidak tertarik dengan produk yang dipasarkan hanya karena tidak mampu membeli produk atau jasa yang disediakan.<sup>8</sup>

### 3) Sarana transportasi

Pembeli tidak hanya berasal dari lingkungan sekitar, pembeli tambahannya biasanya datang dari orang yang melintas di depan usaha yang dijalankan.

### 4) Persaingan

Riset yang perlu dilakukan adalah dengan melihat seberapa banyak pemain sejenis, seberapa besar tingkat persaingannya.<sup>9</sup>

## 3) Lokasi Dalam Pandangan Islam

Pemilihan lokasi yang baik merupakan salah satu yang harus diperhatikan oleh setiap pedagang, agar usahanya dapat terlihat oleh orang

---

<sup>8</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2018), hlm.246.

<sup>9</sup> Choms Gary GT, dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, n.d, hlm.41-43.

banyak sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat.

Pemilihan lokasi dalam Islam merupakan suatu ikhtiar yang berarti proses merencanakan dan menentukan hal yang baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa al-makanu yang berarti tempat. Terkait pemilihan lokasi usaha sudah tercantum dalam sabda Rasulullah SAW sebagai berikut:

*“jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambilah, dan jika perbuatan itu buruk maka tinggallah.” (H.R. Ibnu Mubarak)*

Hubungan hadits tersebut dengan konsep pemilihan lokasi adalah bahwa pilihlah lokasi yang baik, karna lokasi yang baik akan berdampak positif pada lokasi bisnisnya. Bergitupun sebaliknya, jangan memilih lokasi yang jelek karna akan berdampak negatif terhadap operasional suatu usaha bisnis.

### **3. Harga**

#### **1) Pengertian Harga**

Swastha dan Sukotjo mendefinisikan arti harga sebagai sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh sejumlah gabungan dari produk dan pelayanannya, sedangkan Tjiptono mengatakan bahwa harga merupakan istilah sederhana yang memiliki makna sebagai besaran uang (satuan moneter atau non-moneter) yang memiliki manfaat tertentu yang digunakan untuk memperoleh suatu jasa. Parameter harga dalam penelitian

ini, yaitu keterjangkauan harga, keselarasan dengan kualitas produk, kemampuan bersaing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat.<sup>10</sup>

Sesuai dengan pengertian harga yang dijelaskan, berikut ini adalah beberapa fungsi harga secara umum:

- 1) Menjadi acuan dalam memperhitungkan nilai jual suatu barang atau jasa.
- 2) Untuk membantu aktivitas transaksi, dimana harga yang sudah terbentuk akan mempermudah proses jual-beli.
- 3) Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan bagi penjual atau produsen.
- 4) Menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam menilai kualitas suatu barang atau jasa.
- 5) Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan manfaat produk dan daya beli konsumen.

Ada beberapa jenis harga di dalam aktivitas perekonomian. Adapun beberapa jenis harga tersebut adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

#### 1) Harga Subjektif

Harga subjektif adalah harga yang ditetapkan berdasarkan taksiran atau opini seseorang. Penjual dan pembeli memiliki taksiran

---

<sup>10</sup> “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat,” Accessed October 5, 2022, <https://123dok.com/Document/Z3j47jmy-Pengaruh-Harga-Kualitas-Pelayanan-Konsumen-Fotocopy-Anugrah-Rengat.html>.

<sup>11</sup> J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.hlm,67.

harga yang berbeda untuk suatu produk dan biasanya berbeda dengan harga pasar.

## 2) Harga Objektif (Harga Pasar)

Harga objektif adalah harga yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Nilainya dijadikan patokan bagi para penjual dalam memasarkan produknya.

## 3) Harga Pokok

Harga pokok adalah nilai riil suatu produk, atau jumlah nilai yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.

## 4) Harga Jual

Harga jual adalah harga pokok ditambah dengan besarnya keuntungan yang diharapkan oleh produsen atau penjual. Umumnya harga jual pada masing-masing penjual berbeda, namun tetap berpatokan pada harga pasar.

## 2) Konsep Harga Menurut Ibnu Khaldun

Penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam telah dikaji oleh beberapa fuqaha dan ekonom muslim. Ibnu khaldun dalam membahas tentang harga mengaitkannya dengan teori nilai. Karena nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya aktivitas kerja dan seluruh akumulasi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Dalam Muqaddimah dijelaskan bahwa “laba yang di hasilkan manusia adalah nilai yang terealisasi dari tenaga kerjanya”. Adanya kerja, akan menghasilkan produksi barang, sehingga antara kuantitas kerja dan produksi terdapat hubungan

timbang balik. Apabila kuantitas kerja meningkat, maka hasil produksi akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, harga memberikan standart penilaian suatu barang yang terbentuk dari kombinasi antara banyaknya kerja dan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang tertentu. Ibnu khaldun menjelaskan, di samping pembentukan harga ditentukan oleh komposisi di atas, ternyata dalam praktiknya, terbentuknya harga banyak dipengaruhi oleh mekanisme pasar, melalui keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Menurutnya, jika barang-barang (yang diimpor dari luar) itu langka dan permintaan naik, maka harga-harga akan naik. Begitu pula sebaliknya, jika transportasi dan infrastruktur lainnya cukup memadai, sehingga barang-barang yang tersedia berlimpah, maka akan berdampak pada turunnya harga.<sup>12</sup>

### 3) Harga yang Adil (Ibnu Taimiyah)

Konsep tentang harga yang adil merupakan kontribusi terbesar dari pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah, ada dua tema penting dalam hal ini, pertama kompensasi yang setara atau adil ('iwadh al-mitsl) dan harga yang setara atau adil (tsaman al-misl) Kompensasi setara diukur dan dinilai oleh hal-hal yang sama dan itu merupakan esensi dari keadilan (nafs al-adl). Kompensasi yang adil adalah pengganti sepadan yang merupakan harga yang samadengan nilai dari suatu objek menurut adat. Kompensasi setara

---

<sup>12</sup> Adimarwan Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm.358.

diukur dan dinilai oleh barang serupa tanpa penambahan dan pengurangan , dan ini merupakan esensi dari keadilan.<sup>13</sup>

Dari beberapa pengertian di atas peneliti menyimpulkan bahwa setiap pedagang minyak ecer perlu memonitor harga yang diterapkan oleh para pedagang minyak ecer lainnya agar harga yang diterima konsumen sama disetiap pedagang minyak ecer dan persaingan pun terjadi secara baik.

#### 4) Indikator Harga

Indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Keterjangkauan harga, harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk usaha ritel yang harganya masih diatas standart yang normal.
- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat produk, kosumen harus melihat kesesuain harga dengan manfaat produk yang didalamnya tidak melakukan kecurangan di usaha ritel yang ingin dibeli dan konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
- 3) Daya saing harga, para penjual minyak ecer kendaraan bermotor menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

---

<sup>13</sup> Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016),hlm.211.

<sup>14</sup> Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, —Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,| *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* Vol. 6, no. 1 (Mei 2017): hlm. 663.

## 4. Pelayanan

### a. Pengertian Pelayanan

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui yaitu melayani dan pelayanan. Pengertian melayani adalah “membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang”. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Dalam pengertian lain pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh organisasi dan masyarakat.<sup>15</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Defenisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yaitu yang pertama, kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang. Kedua, persepsi terhadap kualitas merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Ketiga, evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan, naun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Haryanto and Helena Ras Ulina Sembiring, *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik* (Jakarta: Media Nusa Creative (MNC) Publishing, 2021), hlm.1.

<sup>16</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm.56.

Moenir berpendapat bahwa, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang yang dilakukan secara langsung. Pelayanan merupakan unsur yang tidak bisa dilepaskan dari suatu produk, baik pelayanan sebagai produk inti (jasa murni) maupun pelayanan sebagai pelengkap. Selanjutnya disebutkan bahwa ada beberapa faktor penentu kualitas pelayanan yaitu:<sup>17</sup>

- 1) Faktor kesadaran, yang merupakan suatu kesiapan dimana tidak ada pihak yang berperan tanpa suatu paksaan atau pamrih dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Faktor utama, yaitu terdapat peraturan yang memadai sehingga yang bersangkutan akan memiliki sikap kewenangan, pengetahuan dan pengalaman serta pemahaman pelaksana dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.
- 3) Faktor kemampuan dan keterampilan, merupakan faktor kemampuan dan keterampilan yang dimiliki sehingga dapat mendukung dan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
- 4) Faktor sarana, merupakan faktor yang berhubungan dengan sarana kerja dan fasilitas pengunjung.
- 5) Faktor organisasi, terkait dengan segala prosedur, metode untuk menciptakan mekanisme kerja dengan segala bentuk dan jenis kegiatan.

---

<sup>17</sup> Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Bandung: Duta Media Publishing, 2020), hlm.12-13.



b. Pelayanan menurut perspektif islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa, haruslah dengan memberikan yang baik-baik janganlah memberikan yang buruk kepada orang lain. Ayat tersebut menegaskan bahwa islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik dan bukan yang buruk. Kemudian didalam memberikan pelayanan kepada konsumen tersebut setiap pihak harus bekerja secara profesional dan terampil agar konsumen tersebut merasa puas dengan hasil yang diterima. Kemudian sifat profesional dan terampil ini digambarkan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ  
 أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian Keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya.

Pada ayat Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 84 di atas menjelaskan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat haruslah sesuai dengan kualitas dan kemampuannya agar konsumen yang merasakan tersebut merasa puas. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya kepada setiap konsumen. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan kualitas yang

baik serta hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati tanpa adanya paksaan dan tekanan, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan berlaku yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang islami dan dapat memberi kepuasan tersendiri terhadap konsumen yang merasakannya.<sup>18</sup>

### c. Indikator Pelayanan

Adapun indikator-indikator dari pelayanan yaitu:<sup>19</sup>

#### 1) *Responsiveness* (Daya tanggap)

*Responsiveness* adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness* diantaranya ialah: Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan, perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, perusahaan melayani dalam waktu yang tepat, dan semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

#### 2) *Empathy* (Empati)

*Empathy* adalah kemudahan membangun komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *empathy* diantaranya ialah: Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah- tamah menghargai

---

<sup>18</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghy, *Terjemahan Tafsir Al-Maraghi* (Semarang: CV. Toha Putra, 1986), hlm.67-68.

<sup>19</sup> Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Bandung: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 23–24.

setiap pelanggan, mendahulukan kepentingan pelanggan, dan melayani dengan tidak diskriminatif.

### 3) *Reliability* (kemampuan memahami)

*Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *reliability* diantaranya ialah: Kecermatan dalam melayani pelanggan, standar pelayanan yang jelas, dan kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

## B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu yang relevan dan menjadi rujukan bagi penelliti ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel. II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Marissa Grace Haque (Jurnal, Ekonomi Manajemen Dan Bisnis. Vol. 21 No. 1. 2020)	Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. <sup>20</sup>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi berpengaruh sebesar 46,5 %. uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{table}$ atau $(6,978 > 2,003)$ .
2.	Sakinah Pasaribu, Skripsi program studi Ekonomi Syariah ,	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

<sup>20</sup> Marisa Grace Haque, *Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta*, (jurnal, Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Vol. 21 no. 1. 2020).

	IAIN Padangsidimpuan, April 2021.	JNE cabang Padangsidimpuan. <sup>21</sup>	antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Padangsidimpuan
3.	Choiriyah Afyunita Sari (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negri IAIN Padang Sidimpuan) 2021	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamo Di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras (studi kasus konsumen kilang padi kamo di desa aek badak. Kesimpulan dari hasil nilai $R^2$ ( <i>Adjusted R Square</i> ) = 0,249 mendekati 1. Hal ini menunjukkan bahwa 24,9% variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi memengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 75,1% (100 – 24,9) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4.	Novita Elisiah Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Skripsi 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.
5.	Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan	Pengaruh religiusitas dan	Dari hasil penelitian bahwa secara parsial dan

<sup>21</sup> Sakinah Pasaribu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Padangsidimpuan* (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2021).

	Ilma Sari Lubis, Jurnal Ekonomi Syariah vol 3 No 1, Januari 2020	lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpun. <sup>22</sup>	simultan variable religiusitas dan variabel lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Pangsidimpunan.
6.	Debby Cynthia, PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo. 2022	Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan PembelianMakassar	Hasil penelitian menunjukkan nilai sifnifikasi sebesar 0,900 lebih besar dari 0,05, sehingga secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa (- 0,029) keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan. <sup>29</sup> .
7.	Susi Susanti Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi (Skripsi 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee RR Pekanbaru.	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee RR Pekanbaru.

Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

<sup>22</sup> Muhammad Isa, dkk, "Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpunan," hlm. 1.

1. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Marissa Grace Haque adalah sama-sama mengambil judul penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan perbedaannya pada waktu dan tempat adalah penelitian Marissa Grace Haque dilakukan pada tahun 2022 di Jakarta sementara peneliti ini dilakukan pada tahun 2023 di Bilah Hilir.
2. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Pasaribu, dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Pasaribu yaitu lokasi atau tempat penelitian, peneliti melakukan penelitian pada konsumen pembeli minyak ecer di Kelurahan Negeri Baru. Sedangkan Sakinah Pasaribu melakukan penelitian terhadap pelanggan JNE Cabang Padangsidempuan.
3. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Choiriyah Afyunita Sari adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu Choiriyah Afyunita Sari terdapat pada waktu, tempat, serta lokasi penelitiannya.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Novita Elisiah adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen/pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Novita Elisiah memilih tempat penelitiannya pada Swalayan sementara peneliti memilih tempat pada penjual minyak ecer di Kelurahan Negeri Baru.
5. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan Ilma Sari Lubis, dengan judul “pengaruh religiusitas dan lokasi terhadap

keputusan pembelian konsumen”, sedangkan oleh peneliti sama-sama meneliti tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen berbelanja. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan Ilma Sari Lubis yaitu lokasi atau tempat yang diteliti pada penelitian ini penelitian dilakukan pada konsumen penjual minyak ecer di Kelurahan Negeri Baru, sedangkan Muhammad Isa, Aswadi Lubis dan Ilma Sari Lubis, penelitian yang dilakukan pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan.

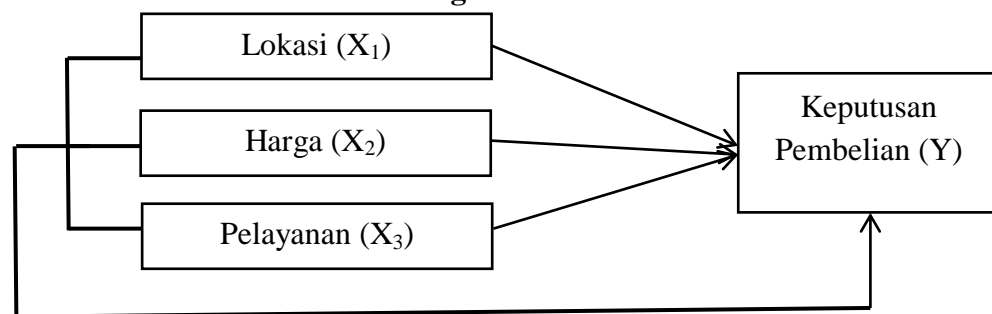
6. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan Debby Cynthia adalah menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kuantitatif samasama meneliti variabel lokasi dan harga yang dikaitkan terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Debby Cynthia dengan penelitian ini yaitu terletak pada jumlah variabel yang digunakan yaitu penelitian yang dilakukan Debby Cynthia berjumlah 3 variabel sedangkan pada penelitian ini menggunakan 4 variabel..
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Susi Susanti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi dan waktu penelitian.

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka pikir merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Berdasarkan pengamatan peneliti, mengapa peneliti mengangkat judul ini karena terdapat masalah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti judul ini. Dalam judul tersebut terdapat rumusan masalah yang ingin diketahui oleh

peneliti. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dapat menjadi landasan dalam penelitian ini yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang menjadi variabel bebas yaitu lokasi dan harga sedangkan variabel terikatnya yaitu minat beli konsumen, maka dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

—————> : Berpengaruh Secara Parsial

└—————> : Berpengaruh Secara Simultan

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.<sup>23</sup> Hipotesis tidak lain dari jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa

<sup>23</sup> Connie Chairunnissa, *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan Dan Sosial* (Connie Chairunnissa, 2017), hlm.79.



yang kita cari atau yang ingin kita pelajari. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomenafenomena yang kompleks.<sup>24</sup> Berdasarkan kerangka pikir di atas maka hipotesis yang dapat penulis ajukan dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>0</sub>1= Tidak Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

H<sub>a</sub>1=Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

H<sub>0</sub>2=Tidak Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

H<sub>a</sub>2=Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

H<sub>0</sub>3= Tidak Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

H<sub>a</sub>3=Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

---

<sup>24</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm.132.

$H_04$ =Tidak Terdapat pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

$H_a4$ = Terdapat pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Negeri Baru, Kecamatan Bilah Hilir, Kabupaten Labuhan Batu. Dimana lokasi ini sangat mendukung dalam penelitian ini. Proses penelitian ini dimulai bulan Januari 2023 sampai dengan Agustus 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan). Menurut Abdurrahman Fathoni “Penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya”.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Pada umumnya penelitian kuantitatif dapat dilaksanakan juga sebagai penelitian deskriptif.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), hlm.60.

<sup>2</sup> Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm.105-106.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi.<sup>3</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kelurahan Negeri Baru secara khususnya dan secara umumnya Masyarakat yang di Kecamatan Bilah Hilir yang biasa berkendara dan membeli minyak ecer yang terdapat pada dusun di Kelurahan Negeri Baru.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus jumlah populasi tidak diketahui, maka peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus *Isaac Michel* adapun rumus tersebut yaitu:<sup>5</sup>

$$n = \frac{(z_{\alpha})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n= Ukuran Sampel

Z= Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90%, maka Z= 1,65

---

<sup>3</sup> Ismail Nurdin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm.91.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.85.

<sup>5</sup> Eriyanto, *Teknik Sampling Analisis* (Yogyakarta: Lks Pelangi Aksara, 2018), hlm.293.

$p$  = Variasi populasi. Dinyatakan disini karena tidak ada pendahuluan mengenai populasi, maka proporsi populasi = 0,5  
 $e$  = *Margin Of error*

Dengan mempertimbangkan *margin of error* sejumlah 10% maka diperoleh jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{(z_{\frac{\alpha}{2}})^2 p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,6806}{0,01}$$

$$n = 68,6 \text{ Dibulatkan menjadi } 69$$

Jadi jumlah responden yang akan diteliti 68,6 dibulatkan menjadi 69 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Mengingat keterbatasan waktu, kemampuan dan biaya dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan metode sampling incidental.<sup>6</sup> Dimana sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

---

<sup>6</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul jannah, 2015), hlm.134.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua macam yakni:

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer ialah sumber data yang pertama dari subyek atau objek penelitian data penelitian langsung. Adapun menjadi data primer pada penelitian ini didapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner secara langsung maupun tidak langsung kepada responden. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner pada konsumen yang memiliki minat beli pada Penjualan Minyak Ecer di Kelurahan Negeri Baru, Kecamatan Bilah Hilir, Kabupaten Labuhan Batu. Kuisisioner tersebut berisi sejumlah pernyataan dan pertanyaan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan mengenai pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen pada Penjualan Minyak Ecer di Kelurahan Negeri Baru, Kecamatan Bilah Hilir, Kabupaten Labuhan Batu.

##### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder bisa diambil dari pihak mana saja yang memberikan data guna melengkapi kekurangan dari data yang diperoleh melalui sumber data primer. Data sekunder dalam penelitian ini dokumen, laporan-laporan, buku, skripsi, jurnal, brosur yang berkaitan dengan judul peneliti.

## **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data adalah prosedur pengambilan data yang berpengaruh terhadap kualitas data, oleh karena itu harus diikuti secara teratur. Instrumen pengumpulan data juga alat yang dipilih serta dipakai oleh peneliti dalam kegiatannya, untuk mengumpulkan kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Adapun instrument yang digunakan dalam teknik pengumpulan data ini adalah:

### **1. Angket atau Kuesioner**

Angket atau kuesioner adalah sesuatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung atau peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden. Adapun skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala ordinal yaitu suatu skala yang mempunyai tentang konstan antara satu dengan aslinya. Sedangkan untuk skala pengukuran angket menggunakan skala ordinal.

Angket dalam penelitian ini yaitu dengan cara yang menyebarkan sejumlah lembar kertas yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang harus responden jawab dan dalam hal ini peneliti membuat secara langsung. Adapun penyebaran angket peneliti langsung pergi ke masyarakat Negeri Baru dan langsung memberikan angket terhadap responden dan dibantu peneliti mana yang tidak dapat dipahami.

**Tabel III.1 Skala Ordinal**

<b>Kategori</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Angket Tentang Lokasi**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>
1	Penjualan minyak ecer didekat SPBU	1,2
2	Penjualan minyak ecer disekitar jalan besar/lintas	3,4
3	Penjualan minyak ecer didalam gang	5,6
	Jumlah	6

**Tabel III.3**  
**Kisi-Kisi Angket Tentang Harga**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>
1	Daya saing harga	1,2
2	Keterjangkauan harga	3,4
3	Kesesuaian harga dengan manfaat	5,6
	Jumlah	6

**Tabel III.4**  
**Kisi-Kisi Angket Tentang Pelayanan**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>
1	Daya tanggap	1,2
2	Empati	3,4
3	Kemampuan memahami	5,6
	Jumlah	6



**Tabel III.5**  
**Kisi-Kisi Angket Tentang Keputusan Pembelian**

No	Indikator	No. Soal
1	Kebutuhan yang dirasakan	1,2
2	Perilaku waktu memakai	3,4
3	Perilaku pasca pembelian	5,6
	Jumlah	6

## 2. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang di jadikan obyek pengamatan. Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara langsung pada masyarakat yang pernah membeli minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru. Dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang kondisi penelitian yang ingin diteliti.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen**

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak di ukur, suatu skala pengukuran dikatakan valid saat dapat mengungkap data dari variabel secara

tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.<sup>7</sup> Perhitungannya menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan rumus sebagai berikut:

- 1) Jika hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dikatakan tidak

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur, dimana suatu instrument pengukuran dikatakan reliable jika pengukurannya konsisten dan akurat.<sup>8</sup> Suatu data dikatakan reliable apabila mempunyai hasil yang sama walaupun telah diuji berulang kali dan penelitian yang berbeda. Maka dari itu pengukuran realibilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk variabel tersebut tidak reliable.

#### b. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu prosedur untuk menganalisis data, teknik-teknik untuk mengintrepetasikan hasil-hasil analisis. Didukung dengan proses pengumpulan data untuk membuat analisis lebih mudah, lebih tepat dan akurat. Analisis data (baik kuantitatif maupun kualitatif) memiliki berbagai ragam pendekatan dan teknik dengan tujuan untuk menyediakan informasi

---

<sup>7</sup> Ovan dan Andika Saputra, *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Talakar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hlm.2.

<sup>8</sup> Slamet Riyanto dan Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm.75.

yang valid, reliable, practical. Guna untuk mendukung proses dalam pengambilan keputusan manajemen yang produktif (efektif dan efisien).<sup>9</sup>

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen atau keduanya berkontribusi normal. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *kolmogorov Smirnov*  $> 0,1$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya berdistribusi tidak normal.<sup>10</sup>

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan linier.<sup>11</sup> Uji ini digunakan untuk prasyarat dalam menganalisis korelasi person atau regresi linear, pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearty* pada taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*)  $< 0,1$  atau nilai signifikansi (*deviation for linearity*)  $< 0,1$  atau nilai signifikansi (*deviation for linearity*)  $> 0,1$ .

---

<sup>9</sup> Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data* (Yogyakarta: Andi, 2018), hlm.193-194.

<sup>10</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN MALIK Press, 2020), hlm.178-179.

<sup>11</sup> Rochmat Aldy Purnomi, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm.94.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabelvariabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variable terikatnya menjadi terganggu.

Untuk melihat kriteria pengujian multikolinearitas dengan menggunakan nilai tolerance  $> 0,1$  (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Dan jika nilai tolerance  $< 0,1$  (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolinearitas. Dan untuk VIF (*Variance Inflation Faktor*), apabila nilai VIF  $< 10$  mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas dan jika nilai VIF  $> 10$  mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolinearitas.<sup>12</sup>

#### 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik (koefisien korelasi speraman dan uji glejser). Dalam penilaian ini menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan instrumen-instrumen bebas terhadap nilai absolute residualnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji glejser ini adalah:

---

<sup>12</sup> Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS 23* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), hlm.68.

a) Jika nilai Sig > 0,1 Alpha maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika nilai Sig < 0,1 Alpha maka terjadi heteroskedastisitas.

#### d. Uji Hipotesis

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

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatan dikatakan semakin baik.<sup>13</sup>

##### 2) Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) biasanya mengungkapkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji parsial (t) adalah jika t hitung lebih kecil (<) dari t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sedangkan apabila t hitung lebih besar (>) dari t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan berdasarkan signifikansi jika sign > 0,10 maka  $H_0$  diterima dan jika sign < 0,10 maka  $H_0$  diterima.

##### 3) Uji Simultan (f)

Uji Simultan digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama dari variabel lokasi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan pelayanan ( $X_3$ ) terhadap

---

<sup>13</sup> Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), hlm.64.

Minat Beli (Y). Untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>14</sup>

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan ikatan secara linear antara dua ataupun lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linear berganda yakni sesuatu perlengkapan analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel leluasa ataupun lebih terhadap variabel terikat buat meyakinkan terdapat ataupun tidaknya ikatan guna ataupun ikatan kausal antara dua variabel leluasa ataupun lebih dengan satu variabel terikat.<sup>15</sup>

Adapun regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui lokasi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat beli (Y). Bentuk persamaan regresi linear berganda antara lain:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ : Koefisien variabel bebas

$X_1 X_2 X_3$  : Variabel bebas

e : *Prediction error* (tingkat kesalahan)

---

<sup>14</sup> Echa Siska Aprilia, *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang* (Palembang: Skripsi, 2017), hlm.69.

<sup>15</sup> Miftahul Hasanah dkk, *Implementasi Barcode Dan Algoritma Regresi Linear Untuk Memprediksi Data Persediaan Barang* (Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020), hlm.22.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Deskripsi Geografis

Kecamatan Bilah Hilir adalah salah satu dari beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Labuhan Batu, terletak sebelah timur ibu kota Kabupaten Labuhan Batu dengan jarak tempuh  $\pm 50$  km dari kota Rantauprapat dengan Luas Wilayah 24896 km<sup>2</sup>, Jumlah Penduduk 35.682 dan Jumlah KK 8011.

Dengan batas pemerintahan sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan aek Cuwo (LABURA)
- b. Sebelah Barat : Berbatasan dengan kecamatan Pangkatan
- c. Sebelah Timur : Berbatasan dengan wilayah kerja Puskesmas Tj.Haloban
- d. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Pane Hulu.

Untuk lebih jelasnya mengenai orientasi Pemerintah Wilayah Kecamatan Bilah Hilir :

**Tabel IV. 1**  
**Luas Wilayah Kecamatan Bilah Hilir**

No	Desa/Kelurahan	Luas (km <sup>2</sup> )
1	Negeri Lama	50.00
2	Negeri Baru	58.35
3	Sei Tampang	59.24
4	Kampung Bilah	32.00
5	Negeri Lama Seberang	10.52
6	Sidomulyo	22.00
7	Perk. Negeri Lama	19.05
8	Perk. Sennah	31.80
9	Perk. Bilah	13.20
<b>Jumlah</b>		<b>24.896</b>

*Sumber: BPS Kabupaten Labuhan Batu*

Berdasarkan sumber data dari BPS Kabupaten Labuhan Batu Kecamatan Bilah Hilir tahun 2021, Kelurahan Negeri Baru menempati area seluas 58.35 km<sup>2</sup>, Kelurahan Negeri Baru merupakan salah satu dari 9 desa/kelurahan yang ada di Kecamatan Bilah Hilir Kabupaten Labuhan Batu. Wilayah Kelurahan Negeri Lama disebelah utara berbatasan dengan Desa Sei Tampang, disebelah timur berbatasan dengan Desa Sidomulyo, di sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Negeri Lama, dan di sebelah barat berbatasan dengan Perk. Bilah. Dari 9 desa/kelurahan yang terdapat di Kecamatan Bilah Hilir, yang memiliki wilayah terluas adalah Desa Sungai Tampang dengan luas 59.24 km<sup>2</sup> dan yang terkecil adalah Desa Perkebunan Bilah dengan luas 13.20 km<sup>2</sup> dan Kelurahan Negeri Baru menempati posisi 2 dengan luas 58.35 km<sup>2</sup>.

## **2. Deskripsi Demografis**

Berdasarkan sumber data dari BPS Kabupaten Labuhanbatu Kecamatan Bilah Hilir tahun 2021, jumlah penduduk Kelurahan Negeri Baru tahun 2021 sebanyak 4.085 jiwa yang terdiri dari 2.063 jiwa laki-laki dan 2.022 jiwa perempuan. Dari 9 desa/kelurahan yang terdapat di kecamatan bilah hilir, yang memiliki jumlah penduduk terbanyak terdapat di Desa Sungai Tampang yaitu sebanyak 8.953 jiwa, sedangkan yang paling sedikit berada di Desa Perkebunan Bilah yaitu sebanyak 1.166 jiwa dan Kelurahan Negeri Baru menempati pisisi 6 yaitu sebanyak 4.085 jiwa dengan perincian :



**Tabel IV. 2**  
**Jumlah Penduduk Kecamatan Bilah Hilir 2021**

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Negeri Lama	3.180	2.269	6.449
2	Negeri Baru	2.063	2.022	4.085
3	Sei Tampang	4.560	4.393	8.953
4	Kampung Bilah	1.425	1.322	2.747
5	Negeri Lama Sebrang	1.565	1.434	2.999
6	Sidomulyo	3.400	3.536	6.936
7	Perk. Negeri Lama	588	655	1.240
8	Perk. Sennah	973	967	1.939
9	Perk. Bilah	612	554	1.166
	<b>Jumlah</b>	<b>18.366</b>	<b>17.152</b>	<b>36.514</b>

*Sumber: BPS Kabupaten Labuhan Batu*

### 3. Struktur Organisasi

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi Kelurahan Negeri Baru**



## B. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 6 pernyataan untuk lokasi, 6 pernyataan untuk harga, 6 pernyataan untuk pelayanan, 6 pernyataan untuk keputusan pembelian. Hasil uji validitas dari penelitian ini yaitu:

#### 1) Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ )

Berikut ini hasil adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai lokasi:

**Tabel IV. 3**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ )**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item 1	0,789	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1997	Valid
2	Item 2	0,607		Valid
3	Item 3	0,786		Valid
4	Item 4	0,800		Valid
5	Item 5	0,708		Valid
6	Item 6	0,789		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

validitas lokasi pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai lokasi berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=67$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Sehingga keenam item angket lokasi dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Harga ( $X_2$ )

Berikut ini hasil adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai harga:

**Tabel IV. 4**  
**Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ )**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item 1	0,670	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1997	Valid
2	Item 2	0,834		Valid
3	Item 3	0,656		Valid
4	Item 4	0,780		Valid
5	Item 5	0,662		Valid
6	Item 6	0,870		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Uji validitas harga pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=67$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Sehingga keenam item angket harga dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Pelayanan ( $X_3$ )

Berikut ini hasil adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai pelayanan:

**Tabel IV. 5**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan ( $X_3$ )**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item 1	0,728	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1997	Valid
2	Item 2	0,806		Valid
3	Item 3	0,582		Valid
4	Item 4	0,827		Valid
5	Item 5	0,819		Valid
6	Item 6	0,670		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Uji validitas pelayanan pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket pelayanan berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=67$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Sehingga keenam item angket pelayanan dinyatakan valid.

#### 4) Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Berikut ini hasil adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai keputusan pembelian:

**Tabel IV. 6**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Item 1	0,774	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ sebesar 0,1997	Valid
2	Item 2	0,678		Valid
3	Item 3	0,774		Valid
4	Item 4	0,678		Valid
5	Item 5	0,629		Valid
6	Item 6	0,620		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Uji validitas keputusan pembelian pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa angket keputusan pembelian berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=67$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Sehingga keenam item angket keputusan pembelian dinyatakan valid.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengelolaan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel harga sebagai berikut:

**Tabel IV. 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
1	Lokasi	0,806	6	Reliabel
2	Harga	0,837	6	Reliabel
3	Pelayanan	0,801	6	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,770	6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 diperoleh kesimpulan bahwa angket untuk variabel lokasi adalah reliabel dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,6 (0,806 > 0,6) . Angket untuk variabel harga adalah reliable dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,6 (0,837 > 0,6) . Angket untuk variabel pelayanan adalah reliable dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,6 (0,801 > 0,6) . Angket untuk variabel keputusan pembelian adalah reliable dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,6 (0,770 > 0,6) .

## 2. Teknik Analisis Data

### a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Tabel IV. 8**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69825540
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.053
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.8 nilai signifikansi (asyp. Sig.2 tailed) pada tabel One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test adalah sebesar 0,200 lebih besar dari pada nilai signifikansi 0,10 ( $0,200 > 0,10$ ) berarti data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

1) Hasil Uji Linearitas Lokasi ( $X_1$ )

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas mengenai lokasi:

**Tabel IV. 9**  
**Hasil Uji Linearitas Lokasi**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * LOKASI	Between Groups	(Combined)	297.523	11	27.048	6.091	.000
		Linearity	271.037	1	271.037	61.036	.000
		Deviation from Linearity	26.486	10	2.649	.596	.810
	Within Groups		253.114	57	4.441		
	Total		550.638	68			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Hasil uji linearitas antara lokasi dan keputusan pembelian berdasarkan tabel IV. 9 di atas nilai sig sebesar 0,810, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai sig Deviation from Linearity  $> 0,1$  ( $0,810 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel lokasi dengan variabel keputusan pembelian dinyatakan linear.

## 2) Hasil Uji Linearitas Harga ( $X_2$ )

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas mengenai harga:

**Tabel IV. 10**  
**Hasil Uji Linearitas Harga**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * HARGA	Between Groups	(Combined)	270.046	8	33.756	7.218	.000
		Linearity	263.188	1	263.188	56.279	.000
		Deviation from Linearity	6.858	7	.980	.209	.982
	Within Groups		280.591	60	4.677		
	Total		550.638	68			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Hasil uji linearitas antara harga dan keputusan pembelian berdasarkan tabel IV. 10 di atas nilai sig sebesar 0,982, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai sig Deviation from Linearity  $> 0,1$  ( $0,982 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian dinyatakan linear.

## 3) Hasil Uji Linearitas Pelayanan ( $X_2$ )

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas mengenai pelayanan:

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Linearitas Pelayanan**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	344.453	11	31.314	8.657	.000
		Linearity	314.002	1	314.002	86.806	.000
		Deviation from Linearity	30.451	10	3.045	.842	.591
	Within Groups		206.185	57	3.617		
Total			550.638	68			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Hasil uji linearitas antara pelayanan dan keputusan pembelian berdasarkan tabel IV. 11 di atas nilai sig sebesar 0,591, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai sig Deviation from Linearity  $> 0,1$  ( $0,591 > 0,1$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pelayanan dengan variabel keputusan pembelian dinyatakan linear.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinearitas:

**Tabel IV. 12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.203	1.990		1.609	.112		
LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066	.344	2.909
HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004	.518	1.932
PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016	.274	3.652

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.12 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel lokasi  $2,909 < 10$ , harga  $1,932 < 10$  dan pelayanan  $3,652 < 10$  jadi dapat



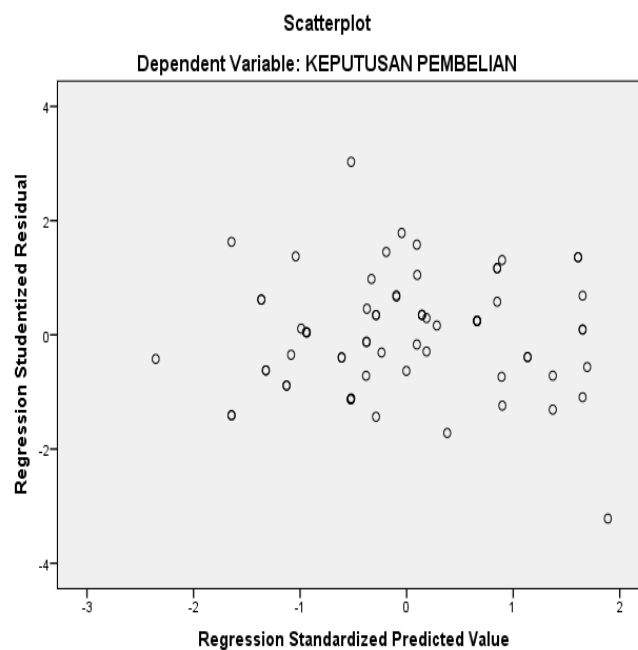
disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel lokasi adalah  $0,344 > 0,1$ , harga  $0,518 > 0,1$  dan pelayanan  $0,274 > 0,1$ , jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar 0,1 ( $tolerance > 0,1$ ), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji heteroskedastisitas:

**Gambar 1V. 2**  
**Metode Grafik Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan gambar IV.2 diatas bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0

dibawah sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

c. Statistik Deskriptif

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji statistik deskriptif:

**Tabel IV. 13**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LOKASI	69	18	30	24.54	3.118
HARGA	69	18	30	24.26	2.763
PELAYANAN	69	18	30	24.04	3.051
KEPUTUSAN PEMBELIAN	69	18	30	24.07	2.846
Valid N (listwise)	69				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil tabel IV. 13 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel lokasi dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai mean 24,54 dengan nilai minimum 18 dan nilai maximum 30 serta standard deviation 3,118. Variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai mean 24,26 dengan nilai minimum 18 dan nilai maximum 30 serta standard deviation 2,763. Variabel pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai mean 24,04 dengan nilai minimum 18 dan nilai maximum 30 serta standard deviation 3,051. Variabel keputusan pembelian dengan jumlah data (N) sebanyak 69 mempunyai mean 24.07 dengan nilai minimum 18 dan nilai maximum 30 serta standard deviation 2.846.

#### 4. Uji Determinasi (*Adjusted R Square*)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji determinasi *Adjusted R Square*:

**Tabel IV. 14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 <sup>a</sup>	.644	.627	1.737

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV. 14 hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) diatas diperoleh angka *Adjusted R Square* 0,627 atau 62,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 37,3%. Sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan parsial (uji t):

**Tabel IV. 15**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.203	1.990		1.609	.112
LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066
HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004
PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV. 15 hasil uji parsial di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh dari rumus  $df = n - k - 1$  atau  $69 - 3 - 1 = 65$  sebesar 1,295 yaitu:

- 1)  $t_{hitung}$  lokasi adalah  $1,873 > 1,66864$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
- 2)  $t_{hitung}$  harga adalah  $3,016 > 1,66864$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
- 3)  $t_{hitung}$  pelayanan adalah  $2,466 > 1,66864$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan simultan (uji f):

**Tabel IV. 16**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	354.521	3	118.174	39.167	.000 <sup>b</sup>
Residual	196.117	65	3.017		
Total	550.638	68			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, HARGA

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV. 16 di atas,  $F_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,1 dengan  $df = n-k-1$  atau  $69-3-1 = 65$ , hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  adalah sebesar 2,17. Hasil uji simultan diatas,  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 39,167  $> F_{\text{tabel}}$  2,17, karena  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh lokasi ( $X_1$ ), kualitas hrsrgs ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hasilnya dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel IV. 17**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.203	1.990		1.609	.112
LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066
HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004
PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 23

Dari hasil Uji Regresi Linear Berganda diatas, maka rumus tersebut yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Sehingga Rumus dalam penelitian ini yaitu :

$$KP = a + b_1 L + b_2 Ha + b_3 P + e$$

$$KP = 3,203 + 0,216 L + 0,320 Ha + 0,325 P + e$$

A = Konstanta

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi linier berganda

L = Lokasi

Ha = Harga

P = Pelayanan

$e$  = Error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,203 artinya apabila variabel lokasi ( $X_1$ ), kualitas harga ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) nilai 0, maka keputusan pembelian 3,203.
2. Nilai koefisien regresi lokasi senilai 0,216 artinya apabila variabel lokasi ditambah 1 satuan, maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,216 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara lokasi dengan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi harga senilai 0,320 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,320 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara harga dengan keputusan pembelian.
4. Nilai koefisien regresi pelayanan senilai 0,325 artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1 satuan, maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,325 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara pelayanan dengan keputusan pembelian.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Minyak Ecer Kendaraan Bermotor di Kelurahan Negeri Baru. Hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diketahui bahwa:

Menurut hasil perhitungan nilai *AdjustedRSquarese* banyak 0,627 (62,7%) yang merupakan hasil dari pengaruh terjadinya variabel Lokasi, Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru sebesar 0,627 (62,7%), sedangkan sisanya 0,373 (37,3 %) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di sebutkan dalam penelitian ini seperti perilaku konsumen, promosi dan lain-lain.

#### 1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

Melakukan kegiatan yang bertujuan untuk menyalurkan produk dan jasa tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran yang baik pula, untuk menjual produk yang ditawarkan pada pelanggan. Tempat/lokasi yang menarik bagi pelanggan adalah tempat/lokasi yang strategis, menyenangkan, bersih, efisien dan nyaman. Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa secara parsial terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

Penelitian ini sejalan dengan teori Utami yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada

konsumen stand pakaian pasar tradisional Bandar Kediri) bahwa lokasi adalah struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan suatu perusahaan dalam melakukan menempatkan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Isa, Aswadi Lubis, dan Ilma Sari Lubis yang berjudul. Pengaruh religiusitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. Penelitian Muhammad Isa, Aswadi Lubis, dan Ilma Sari Lubis menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis diketahui bahwa lokasi penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru didukung penuh oleh masyarakat sekitar hal ini menunjukkan semakin dekatnya penjual minyak ecer dengan konsumen lebih mempermudah konsumen untuk membeli minyak ecer penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Eva Yusnita dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Layout Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja di UD Sinar Jaya Lehewa (SJL) Pasar Lama Panyabungan, yang menyatakan bahwa ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di UD Sinar Jaya Lehewa (SJL) Pasar Lama Panyabungan.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 1,873 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (69-3-1) = 65$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66864 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,873 > 1,66864$ ). Jadi dapat disimpulkan



hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

## **2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.**

Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen pembelian. Penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen stand pakaian pasar tradisional Bandar Kediri), menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pada pelanggan untuk memperoleh suatu manfaat dari suatu produk tersebut.<sup>1</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rani Puspa, Angrian Permana dan Sesiyana Nuryanti yang berjudul pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada perumahan Ciujung River Park Serang, Banten) Penelitian Ran Puspa, Angrian Permana dan Sesiyana Nuryanti menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>2</sup>

Berdasarkan analisis diketahui bahwa harga yang ditetapkan oleh penjual minyak ecer dapat dijangkau oleh semua konsumen sehingga harga yang diterima

---

<sup>1</sup> Edy Djoko Soeprajitno, dkk, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional bandar Kediri)*," hlm. 299.

<sup>2</sup> Rani Puspa, dkk, "*Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang Banten)*," 2019, hlm. 2.

konsumen sesuai dengan yang diharapkan penelitian didukung oleh penelitian Susi Susanti yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Coffe RR Pekanbaru dimana harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffe RR Pekanbaru.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 3,016 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (69-3-1) = 65$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66864 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,016 > 1,66864$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru, diketahui dari nilai rata-rata responden yang telah disebar menyatakan setuju dengan harga yang ditetapkan penjual minyak ecer dapat dijangkau oleh semua konsumen.

### **3. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.**

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh kualitasnya, baik kualitas produk yang diperdagangkan maupun kualitas pelayanan yang disampaikan kepada konsumen. Dalam mencapai keberhasilan tersebut setiap usaha yang memasarkan produknya tidak dapat melepaskan diri dari proses dan kegiatan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang diterimanya dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap

---

<sup>3</sup> Nashar, Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat (Bandung: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 12–13.

keputusan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan teori Kotler yang berjudul Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Pasaribu yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Padangsidempuan. Penelitian Sakinah Pasaribu menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Padangsidempuan.

Berdasarkan analisis yang diperoleh dari kusioner menunjukan bahwa pelayanan yang diberikan oleh penjual minyak ecer sangat baik seperti cepat dalam merespon pelanggan yang datang, ramah dalam melayani pelanggan, keadaan stand memberikan kenyamanan bagi pembeli; kemudian pelayanan yang diberikan penjual sesuai yang diharapkan oleh pembeli, dari beberapa faktor diatas yang diperoleh maka hal ini menunjukan bahwa pelayanan berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen terhadap penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Negeri Baru.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 2,466 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (69-3-1) = 65$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66864 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,466 > 1,66864$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap

keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

#### **4. Pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.**

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Sedangkan pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, jadi ketiga komponen ini saling keterkaitan harga akan menjadi faktor pendukung jika penjual memberi fasilitas yang memadai seperti lokasi yang nyaman dan strategis hal ini menjadi faktor penentu untuk pembeli kembali membeli minyak dipenjual minyak ecer. Kualitas pelayanan yang kuat dan sesuai dengan harapan pembeli dapat menarik pembeli untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji simultan (F) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru, dengan pengujian dari uji F dapat dilihat  $F_{tabel}$  pada signifikan 0,1 dengan  $df = n-k-1$  atau  $69-2-1 = 66$ , hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  adalah sebesar 2,17. Hasil

uji simultan  $F_{hitung}$  sebesar  $39,167 > F_{tabel} 2,17$ , karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Penelitian ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative dan perilaku pasca pembelian dengan harapan untuk menghasilkan suatu keputusan yang terbaik

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Edy Djoko Soeprajitno, Ichsanuddin dan Imam Bahrowi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian.<sup>4</sup> Kesimpulan dari variabel Y menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh rangkaian dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai

---

<sup>4</sup> Edy Djoko Soeprajitno, dkk, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional bandar Kediri)*," hlm. 299.

keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian diperoleh angka *AdjustedRsquare* 0,627 atau 62,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 37,3 % sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, sedangkan peneliti mengharapkan angka *AdjustedRsquare* diperoleh diatas 75 %, sehingga variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini hanya memperoleh 25 % dan dibutuhkan analisis yang mendalam untuk menentukan variabel yang menjadi fokus untuk permasalahan peneliti.
2. Saat menyebarkan kuesioner/ angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada koesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden apakah responden serius atau tidak dalam menjawab kuesioner..

Walaupun dengan keterbatasan yang ada, peneliti mengupayakan agar penelitian ini tidak terhalangi oleh keterbatasan dan tidak mengurangi hasil dari penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
2. Variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
3. Variabel pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
4. Secara simultan antara lokasi, harga dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.

#### **B. Saran**

Setelah peneliti melakukan semua tahapan-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang peneliti rangkum untuk perbaikan penelitian dimasa yang akan datang, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penjual minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri baru agar tetap mempertahankan pelayanan serta harga yang dapat dijangkau oleh semua konsumen sehingga konsumen setia untuk membeli dan dapat bersaing dengan SPBU.
2. Bagi konsumen jadilah konsumen yang membantu usaha kecil seperti penjual minyak ecer agar dapat bertahan dan membantu perekonomian keluarga dari persaingan perusahaan besar seperti SPBU dengan cara membeli minyak bensin di penjual minyak ecer kendaraan bermotor.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh harga, lokasi, dan pelayanan yang dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena masih ada faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada penjualan minyak ecer kendaraan bermotor di Kelurahan Negeri Baru.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat memastikan bahwa responden menjawab angket penelitian secara jujur, agar penelitian selanjutnya lebih baik kedepannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Susanto dan Sugiyono. *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Abdurrahman Fathoni. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- Adimarwan Azwar Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Ahmad Mushthafa Al-Maraghy. *Terjemahan Tafsir Al-Maraghi*. Semarang: CV. Toha Putra, 1986.
- Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Andriasan Sudarso. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Anggellshop. “Botol Minyak Eceran,” Oktober 2022. <https://www.tokopedia.com/anggellshop/gosend-botol-kaca-boles-1000ml-1000-ml-botol-jamu-bensin-1-liter?whid=0>.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul jannah, 2015.
- Basu Swastha. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE, 2019.
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2018.
- Choms Gary GT, dkk.,. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023.
- Choms Gary GT, dkk. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, n.d.
- Connie Chairunnissa. *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan Dan Sosial*. Connie Chairunnissa, 2017.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, n.d.
- Departemen Agama RI. *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: Lubuk Agung, n.d.

- Echa Siska Aprilia. *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang*. Palembang: Skripsi, 2017.
- Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis*. Yogyakarta: Lks Pelangi Aksara, 2018.
- Eva Yusnita. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Layout Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Di UD Sinar Jaya Lehewa (SJJ) Pasar Lama Panyabungan*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021.
- Getut Pramesti. *Statistika Lengkap Secara Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016.
- Haryanto and Helena Ras Ulina Sembiring. *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*. Jakarta: Media Nusa Creative (MNC) Publishing, 2021.
- Ismail Nurdin. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- J. Supranto dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, n.d.
- Jogiyanto Hartono. *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Leon Gschiffman dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks, 2020.
- Lili Suryati. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2022.
- Mahmud Machfoedz. *Perilaku Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021.
- Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Michelle, Elizabeth, Melvin Jusuf, and Jenni Julian. "Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Berdasarkan Pergub No 66 Tahun 2020 Tentang Uji Emisi Kendaraan Bermotor Di Jakarta." *ADIL: Jurnal Hukum* 12, no. 1 (July 22, 2021). <https://doi.org/10.33476/ajl.v12i1.1920>.

- Miftahul Hasanah dkk. *Implementasi Barcode Dan Algoritma Regresi Linear Untuk Memprediksi Data Persediaan Barang*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Morissan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Nashar. *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Bandung: Duta Media Publishing, 2020.
- Nur Aini Ariqoh Ummah and Bayu Wijayanti. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Madani Bumdes Rambipuji,.” *Jurnal Manajemen* Vol. 16 no. 1 (2022).
- Nur Asnawi dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN MALIK Press, 2020.
- Ovan dan Andika Saputra. *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Talakar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat.” Accessed October 5, 2022. [https:// 123 dok.com/ document/ z3j47jmy-pengaruh-harga-kualitas pelayanan-konsumen-fotocopy-anugrah-rengat.html](https://123dok.com/document/z3j47jmy-pengaruh-harga-kualitas-pelayanan-konsumen-fotocopy-anugrah-rengat.html).
- Rochmat Aldy Purnomi. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Sakinah Pasaribu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Padangsidempuan*. Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2021.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.
- Slamet Riyanto dan Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Wahbah Az-Zuhaili. *Tafsir Al-Wasith*, n.d.

Wibawa, I Made Satria, Anak Agung Ketut Sukranatha, and I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Konsumen Terhadap Kecurangan Pengisian Bahan Bakar Minyak Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum Di Bali." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 7, no. 2 (January 17, 2019): 1. <https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i02.p14>.

Yadi Janwari. *Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Rekapitulasi Hasil Angket Lokasi (X1)

No	Butir Angket						Skor Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	
1	4	3	3	3	4	4	21
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	1	4	21
5	5	3	5	5	5	5	28
6	4	2	4	4	4	4	22
7	4	4	4	5	5	4	26
8	5	4	4	4	4	5	26
9	4	3	3	3	3	4	20
10	4	4	2	4	4	4	22
11	5	4	5	5	5	5	29
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	5	5	5	4	28
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	1	4	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	3	5	5	28
20	5	4	5	5	5	5	29
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	5	5	5	4	27
23	5	5	5	5	4	5	29
24	4	1	4	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	2	4	5	4	23
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	3	3	4	4	21
31	4	4	4	5	4	4	25
32	5	4	5	5	5	5	29
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30

35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	5	5	4	26
37	5	4	4	4	4	5	26
38	4	3	3	3	3	4	20
39	4	4	2	4	4	4	22
40	5	4	5	5	5	5	29
41	4	3	3	3	4	4	21
42	4	4	4	5	4	4	25
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	1	4	21
45	5	3	5	5	5	5	28
46	4	2	4	4	4	4	22
47	4	4	4	5	5	4	26
48	5	4	4	4	4	5	26
49	4	3	3	3	3	4	20
50	4	4	2	4	4	4	22
51	5	4	5	5	5	5	29
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	3	3	3	4	4	21
54	4	4	4	5	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	1	4	21
57	5	3	5	5	5	5	28
58	4	2	4	4	4	4	22
59	4	4	4	5	5	4	26
60	5	4	4	4	4	5	26
61	4	3	3	3	3	4	20
62	4	4	2	4	4	4	22
63	5	4	5	5	5	5	29
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	5	5	5	5	4	28
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	3	4	4	4	4	23
68	4	1	4	4	4	4	21
69	4	4	4	4	4	4	24

Rekapitulasi Hasil Angket Harga (X2)

No	Butir Angket						Skor Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	
1	4	3	3	4	3	3	20
2	4	4	4	4	4	4	24
3	3	5	5	5	5	3	26
4	5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	3	5	3	5	26
6	4	4	2	4	2	4	20
7	5	4	4	4	4	5	26
8	4	5	4	5	4	4	26
9	4	4	3	4	3	4	22
10	5	4	4	4	4	5	26
11	5	5	4	5	4	5	28
12	3	4	4	4	2	3	20
13	4	4	5	4	5	4	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	3	4	3	4	22
16	4	4	1	4	1	4	18
17	5	4	4	4	4	5	26
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	5	4	5	28
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	4	4	4	4	5	26
23	4	5	5	5	5	4	28
24	4	4	1	4	1	4	18
25	3	4	4	4	4	3	22
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	3	4	23
29	4	4	4	2	4	4	22
30	4	4	3	4	3	4	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	4	5	4	4	26
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	5	5	5	5	4	28

35	5	4	4	4	3	5	25
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	5	4	5	4	3	24
38	5	4	3	4	3	5	24
39	5	4	4	4	4	5	26
40	4	5	4	5	4	4	26
41	5	5	4	5	4	5	28
42	4	4	4	4	5	4	25
43	4	5	5	5	5	4	28
44	5	4	4	4	4	5	26
45	5	4	4	4	4	5	26
46	5	4	3	4	1	5	22
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	5	5	4	4	3	24
49	5	4	4	4	4	5	26
50	5	5	3	4	4	5	26
51	4	4	2	4	4	4	22
52	5	4	4	4	3	5	25
53	4	3	3	4	3	3	20
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	5	5	5	5	3	26
56	5	4	4	4	4	5	26
57	5	5	3	5	3	5	26
58	4	4	2	4	2	4	20
59	5	4	4	4	4	5	26
60	4	5	4	5	4	4	26
61	4	4	3	4	3	4	22
62	5	4	4	4	4	5	26
63	5	5	4	5	4	5	28
64	3	4	4	4	2	3	20
65	4	4	5	4	5	4	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	3	4	3	4	22
68	4	4	1	4	1	4	18
69	5	4	4	4	4	5	26



### Rekapitulasi Hasil Angket Pelayanan (X3)

No	Butir Angket						Skor Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	
1	4	4	3	3	4	3	21
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	1	4	21
5	5	3	5	5	5	5	28
6	4	2	4	4	4	4	22
7	4	4	4	5	5	4	26
8	5	4	4	4	4	5	26
9	4	3	3	3	3	4	20
10	4	4	2	4	4	4	22
11	5	4	5	5	5	5	29
12	4	2	4	4	4	4	22
13	4	5	3	5	5	4	26
14	4	4	4	1	4	4	21
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	1	4	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	2	4	22
19	5	5	5	3	5	5	28
20	5	4	5	5	5	5	29
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	5	5	5	4	27
23	5	5	5	5	4	5	29
24	4	1	4	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	2	4	5	4	23
27	4	4	4	3	4	4	23
28	4	3	4	4	4	4	23
29	2	4	4	4	4	2	20
30	4	3	3	3	4	4	21
31	4	4	4	5	4	4	25
32	5	4	5	5	5	5	29
33	4	4	4	1	4	4	21
34	5	5	5	5	5	5	30

35	4	3	4	4	4	4	23
36	4	4	4	5	5	4	26
37	5	4	4	2	4	5	24
38	4	3	3	3	3	4	20
39	4	4	2	4	4	4	22
40	5	4	5	5	5	5	29
41	5	4	5	5	5	5	29
42	4	5	4	4	4	4	25
43	5	5	1	5	2	5	23
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	5	5	4	26
46	4	1	4	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	2	4	5	4	23
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	3	3	3	4	4	21
53	4	4	3	3	4	3	21
54	4	4	4	5	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	1	4	21
57	5	3	5	5	5	5	28
58	4	2	4	4	4	4	22
59	4	4	4	5	5	4	26
60	5	4	4	4	4	5	26
61	4	3	3	3	3	4	20
62	4	4	2	4	4	4	22
63	5	4	5	5	5	5	29
64	4	2	4	4	4	4	22
65	4	5	3	5	5	4	26
66	4	4	4	1	4	4	21
67	4	3	4	4	4	4	23
68	4	1	4	4	4	4	21
69	4	4	4	4	4	4	24

Rekapitulasi Hasil Keputusan Pembelian (Y)

No	Butir Angket						Skor Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	
1	4	3	3	4	4	4	22
2	4	4	5	4	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	1	4	4	21
5	5	3	5	5	5	3	26
6	4	2	4	4	4	2	20
7	4	4	5	5	4	4	26
8	5	4	4	4	5	4	26
9	4	3	3	3	4	3	20
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	5	5	5	4	28
12	4	4	4	4	4	2	22
13	4	5	5	5	4	5	28
14	4	4	1	4	4	4	21
15	4	3	4	4	4	3	22
16	4	5	4	5	4	1	23
17	4	4	5	4	4	4	25
18	4	5	5	1	4	4	23
19	5	4	4	4	5	5	27
20	5	4	4	4	5	4	26
21	3	4	1	4	3	3	18
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	4	5	5	29
24	4	1	4	4	4	1	18
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	5	4	4	25
27	4	4	3	4	4	4	23
28	4	4	4	4	4	3	23
29	4	4	4	4	2	4	22
30	4	3	3	4	4	3	21
31	4	4	5	4	4	4	25
32	4	4	5	4	5	4	26
33	5	5	5	5	4	4	28
34	4	4	4	1	5	5	23

35	5	3	5	5	4	3	25
36	4	2	4	4	4	4	22
37	4	4	5	5	5	4	27
38	5	4	4	4	4	3	24
39	4	3	3	3	4	4	21
40	4	4	4	4	5	4	25
41	5	4	5	5	5	4	28
42	4	4	4	4	4	5	25
43	4	4	5	2	5	5	25
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	5	5	5	4	4	27
46	4	5	4	4	4	1	22
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	4	5	4	4	27
49	5	5	4	4	4	4	26
50	4	3	4	4	4	4	23
51	5	5	4	4	4	4	26
52	4	4	3	4	4	3	22
53	4	3	3	4	4	4	22
54	4	4	5	4	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	1	4	4	21
57	5	3	5	5	5	3	26
58	4	2	4	4	4	2	20
59	4	4	5	5	4	4	26
60	5	4	4	4	5	4	26
61	4	3	3	3	4	3	20
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	4	5	5	5	4	28
64	4	4	4	4	4	2	22
65	4	5	5	5	4	5	28
66	4	4	1	4	4	4	21
67	4	3	4	4	4	3	22
68	4	1	4	4	4	1	18
69	4	4	4	4	4	4	24

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Lokasi (X<sub>1</sub>)

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Item 1	0,789	Instrumen valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> untuk df=n-2=69-2=67 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> sebesar 0,1997	Valid
Item 2	0,607		Valid
Item 3	0,786		Valid
Item 4	0,800		Valid
Item 5	0,708		Valid
Item 6	0,789		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga (X<sub>2</sub>)

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Item 1	0,670	Instrumen valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> untuk df=n-2=69-2=67 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> sebesar 0,1997	Valid
Item 2	0,834		Valid
Item 3	0,656		Valid
Item 4	0,780		Valid
Item 5	0,662		Valid
Item 6	0,870		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pelayanan (X<sub>3</sub>)

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Item 1	0,728	Instrumen valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> untuk df=n-2=69-2=67 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> sebesar 0,1997	Valid
Item 2	0,806		Valid
Item 3	0,582		Valid
Item 4	0,827		Valid
Item 5	0,819		Valid
Item 6	0,670		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Item 1	0,774	Instrumen valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> untuk df=n-2=69-2=67 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> sebesar 0,1997	Valid
Item 2	0,678		Valid
Item 3	0,774		Valid
Item 4	0,678		Valid
Item 5	0,629		Valid
Item 6	0,620		Valid

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Lokasi	0,806	6	Reliabel
Harga	0,837	6	Reliabel
Pelayanan	0,801	6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,770	6	Reliabel

Uji Validitas Lokasi (X1)

**Correlations**

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total X1
Item 1	Pearson Correlation	1	.328**	.606**	.458**	.453**	1.000**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.000	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 2	Pearson Correlation	.328**	1	.270*	.398**	.212	.328**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.006		.025	.001	.080	.006	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 3	Pearson Correlation	.606**	.270*	1	.653**	.403**	.606**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.025		.000	.001	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 4	Pearson Correlation	.458**	.398**	.653**	1	.542**	.458**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 5	Pearson Correlation	.453**	.212	.403**	.542**	1	.453**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.080	.001	.000		.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 6	Pearson Correlation	1.000**	.328**	.606**	.458**	.453**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Total X1	Pearson Correlation	.789**	.607**	.786**	.800**	.708**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Validitas Harga (X2)

### Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total X2
Item 1	Pearson Correlation	1	.277*	.653**	.275*	.978**	.318**	.670**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.022	.000	.008	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 2	Pearson Correlation	.277*	1	.299*	.622**	.264*	.954**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.021		.012	.000	.028	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 3	Pearson Correlation	.653**	.299*	1	.390**	.662**	.346**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012		.001	.000	.004	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 4	Pearson Correlation	.275*	.622**	.390**	1	.264*	.675**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.001		.028	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 5	Pearson Correlation	.978**	.264*	.662**	.264*	1	.308*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.028		.010	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 6	Pearson Correlation	.318**	.954**	.346**	.675**	.308*	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.004	.000	.010		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Total X2	Pearson Correlation	.670**	.834**	.656**	.780**	.662**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Uji Validitas Pelayanan (X3)

#### Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total X3
Item 1	Pearson Correlation	1	.798**	.330**	.518**	.485**	.225	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.000	.063	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 2	Pearson Correlation	.798**	1	.376**	.647**	.662**	.264*	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.028	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 3	Pearson Correlation	.330**	.376**	1	.297*	.295*	.304*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.013	.014	.011	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 4	Pearson Correlation	.518**	.647**	.297*	1	.974**	.396**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013		.000	.001	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 5	Pearson Correlation	.485**	.662**	.295*	.974**	1	.390**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000		.001	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Item 6	Pearson Correlation	.225	.264*	.304*	.396**	.390**	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.063	.028	.011	.001	.001		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Total X3	Pearson Correlation	.728**	.806**	.582**	.827**	.819**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

### Correlations

	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total Y
Item 1 Pearson Correlation	1	.244*	.967**	.244*	.287*	.401**	.774**
Sig. (2-tailed)		.043	.000	.043	.017	.001	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Item 2 Pearson Correlation	.244*	1	.252*	1.000**	.317**	.282*	.678**
Sig. (2-tailed)	.043		.036	.000	.008	.019	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Item 3 Pearson Correlation	.967**	.252*	1	.252*	.270*	.451**	.784**
Sig. (2-tailed)	.000	.036		.036	.025	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Item 4 Pearson Correlation	.244*	1.000**	.252*	1	.317**	.282*	.678**
Sig. (2-tailed)	.043	.000	.036		.008	.019	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Item 5 Pearson Correlation	.287*	.317**	.270*	.317**	1	.196	.629**
Sig. (2-tailed)	.017	.008	.025	.008		.106	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Item 6 Pearson Correlation	.401**	.282*	.451**	.282*	.196	1	.620**
Sig. (2-tailed)	.001	.019	.000	.019	.106		.000
N	69	69	69	69	69	69	69
Total Y Pearson Correlation	.774**	.678**	.784**	.678**	.629**	.620**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Lokasi (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

Uji Reliabilitas Harga (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	6

Uji Reliabilitas Pelayanan (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	6

Analisis Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LOKASI	69	18	30	24.54	3.118
HARGA	69	18	30	24.26	2.763
PELAYANAN	69	18	30	24.04	3.051
KEPUTUSAN PEMBELIAN	69	18	30	24.07	2.846
Valid N (listwise)	69				

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69825540
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.053
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Linearitas Lokasi

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * LOKASI	Between Groups	(Combined) Linearity	297.523	11	27.048	6.091	.000
		Deviation from Linearity	271.037	1	271.037	61.036	.000
			26.486	10	2.649	.596	.810
	Within Groups		253.114	57	4.441		
	Total		550.638	68			

## Uji Linearitas Harga

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * HARGA	Between Groups	(Combined) Linearity	270.046	8	33.756	7.218	.000
		Deviation from Linearity	263.188	1	263.188	56.279	.000
			6.858	7	.980	.209	.982

	Within Groups	280.591	60	4.677		
	Total	550.638	68			

### Uji Linearitas Pelayanan

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * PELAYANAN	Between Groups	(Combined) Linearity	344.453	11	31.314	8.657	.000
		Deviation from Linearity	314.002	1	314.002	86.806	.000
			30.451	10	3.045	.842	.591
	Within Groups		206.185	57	3.617		
Total		550.638	68				

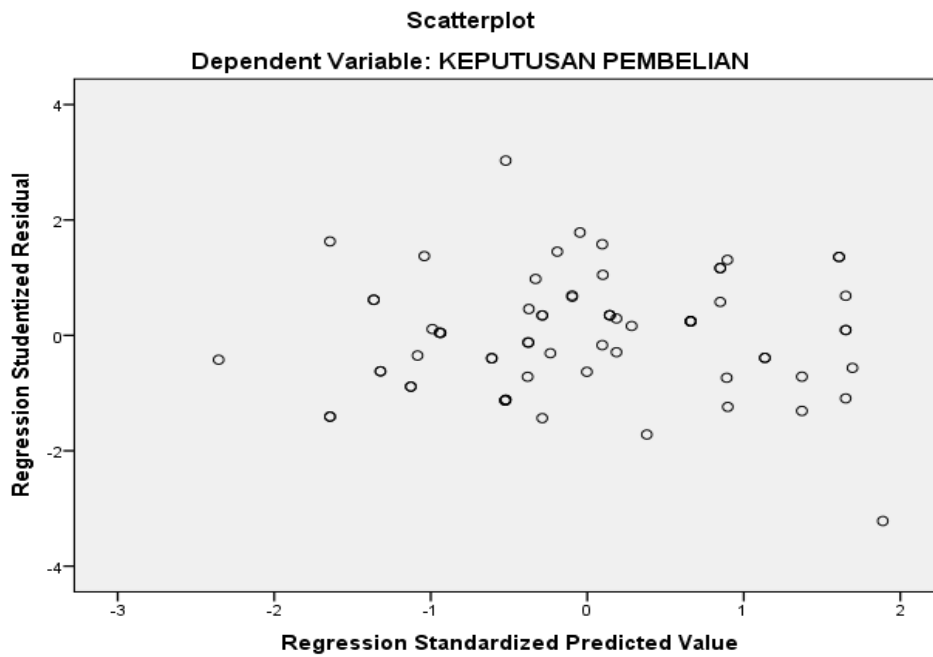
### Uji Multikolinearitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.203	1.990		1.609	.112		
	LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066	.344	2.909
	HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004	.518	1.932
	PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016	.274	3.652

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## Uji Heteroskedastisitas



## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 <sup>a</sup>	.644	.627	1.737

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, HARGA, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.203	1.990		1.609	.112
	LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066
	HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004
	PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.521	3	118.174	39.167	.000 <sup>b</sup>
	Residual	196.117	65	3.017		
	Total	550.638	68			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, HARGA, LOKASI

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.203	1.990		1.609	.112
	LOKASI	.216	.115	.236	1.873	.066
	HARGA	.320	.106	.310	3.016	.004
	PELAYANAN	.325	.132	.349	2.466	.016

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

# CURRICULUM VITAE

## DATA PRIBADI

Nama	: Hilda Mayanti Siregar
Tempat,Tanggal Lahir	: Sei Tampang, 11 Februari 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Tinggi Badan	: 150 cm
Berat Badan	: 53 kg
Alamat	: Rantau Prapat, Sumatra Utara, Indonesia
Nomor Handphone	: 0822-9476-6007
Email	: <a href="mailto:hildasiregar525@gmail.com">hildasiregar525@gmail.com</a>

## DATA PENDIDIKAN

SD	: SD N 112189 Negeri Lama (2007-2013)
SMP	: SMPN 1 Bilah Hilir (2013-2016)
SMA	: SMAN 1 Bilah Hilir (2016-2019)
Perguruan Tinggi	: IAIN Padangsidempuan (2019-Sekarang)

## PENGALAMAN ORGANISASI

1. Sekretaris DKP PK KAMMI Al-Whataniyah (2022-2023)
2. Menteri Agama DEMA-I IAIN Padangsidempuan (2022-2023)
3. Sisterlillah Comunity



## DOKUMENTASI





