



## Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor

(Studi Kasus Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor)

<sup>1</sup>Ince Nurida Tuati, <sup>2</sup>Elia Maruli  
<sup>3</sup>Mesak Y. Awang, <sup>4</sup>Ferdinand Romelus Anigomang

<sup>1234</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Unuversitas Tribuana Kalabahi

### Abstract

Received: 5 November 2023  
Revised: 16 November 2023  
Accepted: 26 November 2023

*Ince Nurida Tuati (2023) thesis title analysis of the influence of service quality, location and price on purchasing decisions at the Kalabahi Electronic Prima Store, Alor Regency.*

*This study aims to determine the influence of waiter quality, location and price on purchasing decisions at the Kalabahi Electronic Prima Store, Alor Regency. This type of research is quantitative with data collection techniques are observation, interviews, questionnaires and documentation studies. The sampling technique in this study was accidental sampling with a sample of 40 resonant people. The statistical method in this study is multiple linear analysis and to measure each variable using the t test (partial) and to measure all variables using the F test (simultaneous) using the SPSS 25 For Windows program tool.*

*The results in this study show that (1) partially the service quality variable has a significant value of 0.000 or 0% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5%. So that the results in this study received H1 which stated that service quality variables affect purchasing decisions at the Kalabahi Electronic Prima Store, Alor Regency. (2) partially the location variable has a significant value of 0.018 or 1.8% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5%. So that the results in this study received H2 which stated that location variables affect purchasing decisions at the Kalabahi Electronic Prima Store, Alor Regency. (3) partially the price variable has a significant value of 0.000 or 0% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5%. So that the results in this study received H3 which stated that price variables affect purchasing decisions at the Kalabahi Prima Electronic Store, Alor Regency. (4) simultaneously the variables of service quality, location and price have a significant value of 0.000 or 0% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5%. So that the results in this study received H4 which stated that the variables of service quality, location and price affect purchasing decisions at the Kalabahi Electronic Prima Store, Alor Regency.*

**Keywords:** *service quality, location, price and purchasing decision*

(\*) Corresponding Author: [inchetuaty@gmail.com](mailto:inchetuaty@gmail.com)

**How to Cite:** Tuati, I., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 971-986. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461105>

## PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia tentu pasti akan mengalami perkembangan dan pembaharuan. Perkembangan dan pembaharuan hidup manusia salah satunya disebabkan oleh kemajuan yang sangat pesat dibidang teknologi informasi, khususnya yang berkaitan dengan alat elektronik. Di era perkembangan dunia

teknologi dan peralatan perangkat elektronik telah menyebabkan perubahan besar dalam aktivitas manusia sehari-hari, sehingga dimana manusia selalu menginginkan segala sesuatu yang serba otomatis, praktis, nyaman dan fleksibel. Dengan perkembangan teknologi, manusia dituntut untuk bekerja lebih cepat dan efisien dalam mencapai tujuan yang di inginkan. Sehingga dari perkembangan teknologi itu mendorong orang untuk mencari hal-hal baru untuk memberikan inovasi baru yang dibutuhkan oleh konsumen di era digitalisasi saat ini.

Di Indonesia penjualan alat-alat elektronik semakin meningkat, hal ini seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan elektronik. Kebutuhan akan produk elektronik tersebut bukan lagi merupakan barang mewah, melainkan kebutuhan yang telah menjadi kebutuhan pokok dan mendasar bagi manusia. Keberadaan toko elektronik memegang peranan yang sangat penting dimata masyarakat. Ketergantungan masyarakat terhadap alat-alat elektronik mempengaruhi permintaan akan berbagai produk elektronik yang semakin meningkat. Bahkan saat ini banyak konsumen yang semakin selektif dan berhati-hati dalam memilih produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Hal ini secara tidak langsung menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis distribusi elektronik. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih berinovasi, lebih peka terhadap apa yang dibutuhkan konsumen dan lebih cerdas untuk merebut hati calon pelanggan dan membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu toko yang menjual peralatan elektronik adalah Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor merupakan sebuah toko elektronik yang cukup besar yang ada di Kabupaten Alor. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor beralamat di jalan Jenderal Sudirman No.48 Kalabahi Kabupaten Alor, tepat berhadapan dan berseberangan jalan dengan pasar lipa. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor menyediakan barang elektronik dengan berbagai jenis merek yang berkualitas seperti peralatan dan barang-barang rumah tangga, televisi, speaker, printer, komputer, laptop, smartphone, kulkas, televisi, mesin cuci dan alat elektronik lainnya. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik dimana Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor juga melayani pembelian dengan sistem cash dan juga cicilan (kredit) sesuai dengan tempo waktu yang diberikan. Jika kita dapat melakukan pembelian secara cicil maka kita dapat memenuhi syarat yang di anjurkan misalnya membawa KTP, kartu keluarga dan juga uang muka untuk melakukan pembelian secara cicil (kredit).

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk. Menurut Arianty, 2015 (dalam Azhari, 2019) keputusan pembelian yaitu bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan yang berkaitan dengan tingkah laku konsumen. Keputusan pembelian yang terjadi pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor adalah melakukan pembelian produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana konsumen telah berpikir serta mengevaluasi untuk memutuskan pembelian produk. Terjadinya keputusan pembelian produk pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor juga diakibatkan oleh adanya harga yang sesuai dengan kualitas produk, lokasi yang

strategis dimana terletak dipusat kota dan pemberi pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

Dalam memutuskan pembelian produk tentu ada pelayanan didalamnya. Pelayanan yang terbaik adalah melayani konsumen dengan tepat sasaran, ramah, profesional dan lebih peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika kualitas pelayanan yang di berikan baik maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima dibandingkan dengan kualitas layanan yang diharapkan. Apabila layanan diterima atau dianggap sesuai dengan yang diharapkan, maka layanan tersebut dianggap baik dan memuaskan bagi konsumen. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor mempunyai pelayanan yang cukup baik dan bersikap ramah, dimana para pramuniaga dan para staf toko mengetahui produk yang dijual sehingga, konsumen dapat menanyakan seluruh produk dan spesifikasi yang dibutuhkan. Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor terutama karyawan perlu memperhatikan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang membeli sebuah produk agar konsumen merasa puas dalam pemberian pelayanan. Karena semakin tinggi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk maka dalam pemberian kualitas pelayanan juga harus semakin meningkat dan secara maksimal. Begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak tercapai maka dengan sendirinya konsumen akan hilang satu per satu. Dengan demikian Toko Prima Elektronik Kabupaten Alor harus mampu bersaing dalam memberikan kepuasan konsumen kepada setiap konsumen yang melakukan pembelian produk yang ada di Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor.

Selain kualitas pelayanan, lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada suatu produk. Tjiptono dan Chandra, 2011 (dalam Oktavian dan Soliha, 2022) lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya untuk dijual terhadap pelanggan. Dimana lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu di perhatikan dalam mendirikan suatu perusahaan atau usaha bisnis. Dengan adanya lokasi/tempat kita dapat melakukan aktivitas kerja pada perusahaan. Letak lokasi Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor dikatakan strategis karena berada dipusat kota tepatnya berhadapan dan berseberangan jalan dengan pasar lipa. Sehingga lokasinya gampang terjangkau dan tepat sasaran kepada konsumen maupun masyarakat pada umumnya yang membutuhkan setiap produk elektronik yang ada di Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Selain letaknya yang strategis toko prima elektronik kalabahi kabupaten alor juga memiliki tempat parkir yang cukup luas sehingga dengan mudah kita dapat melakukan pembelian bagi yang menggunakan kendaraan beroda dua dan beroda empat.

Dalam keputusan pembelian tentu tidak terlepas dari faktor harga, karena harga merupakan salah satu penentu dalam pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk dan juga satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan. Menurut Kotler, 2001 (dalam Anigomang, 2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam penetapan harga kepada setiap konsumen yang melakukan pembelian setiap produk elektronik yang berada di

Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor menyediakan barang elektronik dengan berbagai jenis merek yang berkualitas dan mempunyai harga yang berbeda sesuai kualitas produk seperti peralatan dan barang-barang rumah tangga, televisi, speaker, printer, computer, leptop, smartphone, kulkas, televisi, mesin cuci dan alat elektronik lainnya yang mempunyai harga yang terjangkau dan produk yang berkualitas kepada setiap konsumen yang melakukan pembelian di Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor.

Dalam pembelian produk elektronik biasanya konsumen lebih fokus pada kualitas produk, harga, lokasi dan juga kualitas pelayanannya. Sebagaimana produk yang ditawarkan kepada konsumen. tinggi rendahnya minat pembeli bergantung pada kualitas pelayanan, lokasi, harga dan faktor lainnya.

Berdasarkan latar belakang maka, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor.”

## **LANDASAN TEORI**

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak pada suatu produk dimana konsumen telah berpikir dan telah mengevaluasi berbagai pilihan untuk memutuskan pilihannya terhadap suatu produk yang ingin di beli sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Arianty 2015 (dalam Azhari, 2019) keputusan pembelian adalah bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan yang berkaitan dengan tingkah laku konsumen.

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini konsumen menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Menurut Kotler (2019) juga mengatakan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Afandi, 2018 (dalam Keliat, 2020) menyatakan bahwa ada beberapa komponen-komponen dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu:

### **1. Prosedur Pelayanan**

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

### **2. Waktu Penyelesaian**

Waktu penyelesaian ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.

### **3. Biaya Pelayanan**

Biaya pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian layanan.

### **4. Produk Pelayanan**

Produk pelayanan, hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

### **5. Sarana Dan Prasarana**

Sarana dan prasarana harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

## 6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan, harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, ketrampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Lokasi merupakan suatu tempat berlangsungnya suatu usaha bisnis. Tanpa adanya tempat maka tidak dapat melakukan usaha bisnis. Lokasi juga merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Menurut Tjiptono dan Chandra, 2011 (dalam Oktavian dan Soliha, 2022) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya untuk dijual terhadap pelanggan.

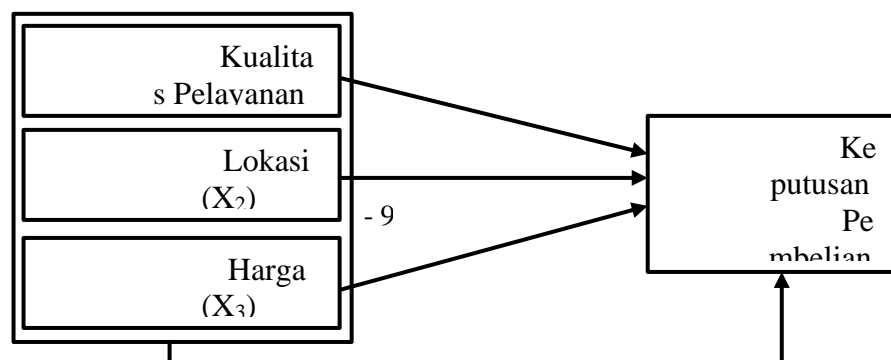
Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler, 2001 (dalam Anigomang, 2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang datang melakukan pembelian produk elektronik di Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, yaitu konsumen yang di temui peneliti di lokasi penelitian yang melakukan pembelian produk di toko Prima Elektronik yang di angap layak akan di jadikan sebagai responden. Penelitian ini di laksanakan pada tanggal 11 sampai dengan 24 mei 2023 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi langsung, kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan 2 tahapan yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri atas deskripsi jawaban responden, analisis uji kuesioner dan analisis uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis regresi linear berganda, analisis uji t dan analisis uji F.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. (2) Lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. (3) Lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. (4) Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Kerangka dasar penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Keterangan :  
 : Pengaruh secara parsial  
 : Pengaruh secara simultan

**Gambar 1**  
**Kerangka Dasar Pemikiran**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas unruk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan ( $X_1$ )

Hasil uji validitas Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1  
 Hasil Uji Validitas Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ )

Pertanyaan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
X1.1	0,599	0,3	Valid
X1.2	0,734	0,3	Valid
X1.3	0,624	0,3	Valid
X1.4	0,709	0,3	Valid
X1.5	0,521	0,3	Valid
X1.6	0,586	0,3	Valid
X1.7	0,588	0,3	Valid
X1.8	0,582	0,3	Valid

*Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023*

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

b) Hasil Uji Validitas Variabel lokasi ( $X_2$ )

Hasil uji validitas variabel lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2  
 Hasil Uji Validitas Variabel lokasi ( $X_2$ )

Pertanyaan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
X2.1	0,718	0,3	Valid
X2.2	0,611	0,3	Valid

X2.3	0,543	0,3	Valid
X2.4	0,564	0,3	Valid
X2.5	0,464	0,3	Valid
X2.6	0,324	0,3	Valid
X2.7	0,561	0,3	Valid
X2.8	0,516	0,3	Valid

*Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023*

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas variabel lokasi diketahui nilai *r*hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel lokasi dinyatakan valid.

c) Hasil Uji Validitas Variabel harga ( $X_3$ )

Hasil uji validitas variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3  
Hasil Uji Validitas Variabel harga ( $X_3$ )

Pertanyaan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
X3.1	0,531	0,3	Valid
X3.2	0,592	0,3	Valid
X3.3	0,592	0,3	Valid
X3.4	0,510	0,3	Valid
X3.5	0,497	0,3	Valid
X3.6	0,617	0,3	Valid
X3.7	0,676	0,3	Valid
X3.8	0,494	0,3	Valid

*Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023*

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas variabel harga diketahui nilai *r*hitung (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid.

d) Hasil Uji Validitas Variabel keputusan konsumen Y)

Hasil uji validitas variabel keputusan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4  
Hasil Uji Validitas Variabel keputusan konsumen(Y)

Pertanyaan	Pearson Correlation	Batas Validitas	Keterangan
Y1	0,679	0,3	Valid
Y2	0,684	0,3	Valid
Y3	0,688	0,3	Valid
Y4	0,645	0,3	Valid
Y5	0,682	0,3	Valid
Y6	0,734	0,3	Valid
Y7	0,478	0,3	Valid
Y8	0,642	0,3	Valid

*Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023*

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas variabel keputusan konsumen diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel keputusan konsumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan kuesioner atau stabil dari waktu ke waktu. Tes reliabilitas untuk skala likert paling sering menggunakan analisis item tertentu dikorelasikan dengan skor totalnya titik. Untuk *Coronbach Alpha* yang kurang dari 0,6 dinyatakan gugur atau tidak reliabel. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas pada empat variabel penelitian.

Tabel 5  
Rangkuman Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,781	0,6	Reliebel
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0,659	0,6	Reliebel
Harga (X <sub>3</sub> )	0,688	0,6	Reliebel
Keputusan pembelian (Y)	0,805	0,6	Reliebel

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>), harga (X<sub>3</sub>) dan keputusan konsumen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6 maka dengan demikian variabel independen dan variabel dependen dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukan uji asumsi klasik adalah untuk mendapatkan model regresi tidak biasa sesuai dengan kaidah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji hererokedastsitas dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*, dengan indikator bila nilai signifikan uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari alfa (0,05) maka dapat dikatakan data terdistribusi normal.

Tabel 6  
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78485496
Most Extreme Differences	Absolut	,126

	Positive	,058
	Negativ	-,126
e		
Test Statistic		,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,112 <sup>c</sup>

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas yang dibuktikan dengan hasil uji *one sample kolmogrov smirnov test* diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,112 > 0,05$  atau 5%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji *heterokedastisitas* tersebut dengan melihat nilai signifikan pada uji *gletser*. Bila nilai signifikan nilai t uji *gletser* lebih besar dari 0,05 pada setiap variabel independen, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala *heterokedastisitas*

Tabel 7  
Uji Heterokedastisitas (uji *glejser*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.831	2.391		.766	.449
Kualitas pelayanan	.084	.067	.277	.260	.216
Lokasi	-.029	.068	-.095	.429	.670
Harga	-.068	.056	-.197	1.199	.238

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari uji *heterokedastisitas* menggunakan uji *gletser* diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga lebih besar dari 0,05 atau 5%, ini berarti data ini tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada tidaknya *korelasi* yang kuat antar variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian yang baik apabila tidak terjadi *multikolinieritas*. Dilihat dari nilai *multikolinieritas* dari nilai *tolerance* > 01 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka Penelitian ini dianggap tidak terjadi *multikolinieritas*.

Tabel 8  
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

		B	Std. Error	Beta		Tolerance	IF
(Constant)		16.239	4.250		3.821001		
Kualitas Pelayanan		.692	.119	.590	5.829000	.529	.890
LoKasi		.301	.121	.254	2.487018	.519	.926
Harga		.389	.100	.294	3.881000	.945	.058

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari hasil uji multikolinearitas pada variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga memperoleh nilai tolerance diatas nilai batas yaitu 0,1. `demikian juga variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga memperoleh nilai dibawah batas yaitu 10. Hasil ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

1) Hasil Uji Linearitas Variabel keputusan konsumen dan kulaitas pelayanan

Hasil uji *linearitas* variabel keputusan konsumen dan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9  
Uji Linearitas keputusan Konsumen dan kualitas pelayanan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Keputusan Pembelian * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	471.300		52.367	9.544	.000
		Linearity	427.031		42.7031	7.831	.000
		Deviation from Linearity	44.269		5.534	1.009	.450
	Within Groups		164.600	0	5.487		
	Total		635.900	9			

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* keputusan konsumen dan kualitas pelayanan sebesar  $0,388 > 0,05$  atau 5%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel keputusan konsumen dan kualitas pelayanan.

2) Hasil Uji Linearitas Variabel keputusan Konsumen lokasi

Hasil uji *linearitas* variabel keputusan konsumen dan lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10  
Uji Linearitas keputusan Konsumen dan lokasi

			Sum of Squares	f	M ean Square	F	ig.
Keputusan Pembelian * Lokasi	Between Groups	(Combined)	412.358	1	37.487	4.695	000
		Linearity	335.795		33.5795	2.060	000
		Deviation from Linearity	76.564	0	7.656	.959	498
	Within Groups		223.542	8	7.984		
	Total		635.900	9			

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* variabel keputusan konsumen dan harga sebesar  $0,017 > 0,05$  atau 5%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel keputusan konsumen dan harga.

3) Hasil Uji Linearitas variabel keputusan konsumen dan lokasi

Hasil uji *linearitas* variabel keputusan konsumendan harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11  
Uji Linearitas keputusan konsumen dan harga

			Su m of Squares	f	M ean Square	F	ig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	207.704	2	9.672	2.217	059
		Linearity	136.282	1	36.282	0.185	003
		Deviation from Linearity	71.422	1	71.422	1.904	.890
	Within Groups		428.196	2	8.196	3.381	
	Total		635.900	9			

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* variabel keputusan konsumen dan harga sebesar  $0,970 > 0,05$  atau 5%. Maka dapat

ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel keputusan konsumen dan harga.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), variabel lokasi X<sub>2</sub>), dan variabel harga (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan konsumen (Y).

Tabel 12  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-16.239	4.250		-3.821	.001
	Kualitas pelayanan	.692	.119	.590	5.829	.000
	Lokasi	.301	.121	.254	2.487	.018
	Harga	.389	.100	.294	3.881	.000

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan hasil analisis data seperti terlihat pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -16,239 + 0,692X_1 + 0,301X_2 + 0,389X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

- 1.3. Nilai konstanta sebesar -16,239 mengandung arti bahwa jika semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian bernilai konstan atau nol (0) maka nilai variabel Y sudah ada sebesar -16,239.
- 1.4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,692 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu maka akan mengakibatkan variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 69,2% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan pembelian.
- 1.5. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,301 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel lokasi sebesar satu maka akan mengakibatkan variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 30,1% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel lokasi dan variabel keputusan pembelian.
- 1.6. Nilai koefisien regresi variabel harga (X<sub>3</sub>) sebesar 0,389 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan harga sebesar satu maka akan mengakibatkan

variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 38,9% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara variabel harga dan variabel keputusan pembelian.

5. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga yakni untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi uji t (sig) dengan nilai alfa dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Tabel 13  
Hasil Uji parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-16.239	4.250		3.821	.001
X1	.692	.119	.590	5.829	.000
X2	.301	.121	.254	2.487	.018
X3	.389	.100	.294	3.881	.000

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel di atas maka pengujian hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengujian hipotesis 1 pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis pertama pada tabel diatas mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian statistik dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5% hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan positif terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan demikian menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nihil ( $H_0$ ).

2) Pengujian hipotesis 2 pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis kedua pada tabel diatas mengatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian statistik dimana variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,018 < 0,05$  atau 5% hal ini berarti bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif

terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan demikian menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nihil ( $H_0$ ).

3) Pengujian hipotesis 3 pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis ketiga pada tabel di atas mengatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian statistik dimana variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5% hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan demikian menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nihil ( $H_0$ ).

6. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga yakni untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi uji F (sig) dengan nilai alfa dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Tabel 4.23.  
Hasil uji F (uji simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	511.657	2	170.552	49.419	.000 <sup>b</sup>
2. Residual	124.243	6	3.451		
3. Total	635.900	9			

*Sumber data penelitian olahan SPSS 252023*

Berdasarkan tabel di atas maka pengujian hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis 4 pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis keempat sesuai dengan tabel 4.23 di atas mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan pengujian statistik dimana variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan uji statistik melalui uji F dengan taraf nyata 5% dimana nilai probabilitas variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis 4 menyatakan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan demikian menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nihil ( $H_0$ ).

### **KESIMPULAN**

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$ .
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan nilai probabilitas sebesar  $0,018 < 0,005$ .
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$ .
4. Kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor. Dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anigomang, F. R. (2018). " Analisis Pengaruh Marketing Mix (Produk, Price, Promosi, Place) Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 67-85.
- ANIGOMANG, F. R., & MARULI, E. (2017). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ("STUDY KASUS PADA PERUSAHAN KOPI BUBUK DORBANG KABUPATEN ALOR-NTT.
- Anigomang, F. R., Tang, S. A., & Maruli, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 698-709.
- Awang, M. Y., Peny, T. L. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778.
- Azhari, N. A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Di Toko Online Jd. Id (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)* (Doctoral Dissertation).
- Djaya, T. R. P. R. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Di Erutha Djaya* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Dodik, M., Sanosra, A., & Izzuddin, A. (2022). Kualias Layanan, Produk, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen. *Budgeting: Journal Of Business, Management and Accountng*, 3(2), 400-408.
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T. L., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

- Faisal, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Ady Elektronik Di Banjarmasin* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Handayani, L. (2019). *Pengaruh Citra, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi (Studi Kasus Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stei) Jakarta).
- Hartono. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karlina, N. (2020). *Pengaruh Iklan, Merek Dan Kemasan Produk Rokok Sampoerna A Mild Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* (Doctoral Dissertation, 201008 Universitas Tridianti Palembang).
- Manafe, L. A., & Anigomang, F. R. (2021). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada Cv. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 81-89.
- MARULI, E. (2018). PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA PASAR KADELANG, KABUPATEN ALOR, PROPINSI NUSA TENGGARA TIMUR. *e-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 86-104.
- Maruli, E., & Tang, S. A. (2018). EFFECT DIMENSIONS QUALITY OF CUSTOMER SATISFACTION KALABAHI DISTRICT BRANCH BANK NTT ALOR. *e-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 93-93.
- Maruli, E., Anigomang, F. R., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadapkepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742-754.
- Maruli, E., Gorang, A. F., Tang, S. A., & Peny, T. L. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(10), 407-421.
- Widodo, P. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Photocopy Nirwana Ponorogo* (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Zakhra, A., dkk. (2023). Analisis Pengaruh Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Purchase Decision Produk Elektronik. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(1), 539-546.