



## Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Susu SGM di Supermarket Sinar Terang Probolinggo)

Ahmad Gozi<sup>1</sup>, Mutinda Teguh Widayanto<sup>2\*</sup>, Yayuk Indah Wahyuning Tyas<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga.

Email : mutindateguh@upm.ic.id

### ABSTRAK

Supermarket Sinar Terang akan semakin berkembang secara maksimal jika faktor-faktornya terpenuhi dengan baik. Salah satu faktornya ialah lokasi yang strategis, harga produk yang terjangkau dan pelayanan yang lebih terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh antara lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** lokasi, harga, Kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

### ABSTRACT

*Siinar Teirang Supeirmarkeit wiill grow optiimally iif thei factors arei meit propeirly. Onei of thei factors iis a strateigiic locatiion, affordablei product priiceis and beittair seirviicei to consumeirs. Thiis study aiims to deiteirmiinei thei eiffeict of locatiion, priiceis and qualiity of seirviicei on purchasiing deiciisiions partiially, siimultaneously, and to deiteirmiinei thei domiinant variiablei on purchasiing deiciisiions at thei Siinar Teirang Proboliinggo Supeirmarkeit. Thiis reiseiarch meithod iis quantiitatiivei wiith a causal associatiivei approach. Thei reisuults showeid that locatiion partiially has a siigniifiicant eiffeict on purchasiing deiciisiions. And priiceis partiially has a siigniifiicant eiffeict on purchasiing deiciisiions and seirviicei qualiity partiially has a siigniifiicant eiffeict on purchasiing deiciisiions. Thei reisuults of thiis study also iindiicatei that thei iinflueincei of locatiion, priiceis and seirviicei qualiity siimultaneously has a siigniifiicant eiffeict on purchasiing deiciisiions.*

**Keywords:** locatiion, priiceis seirviicei qualiity, purchasei deiciisiion.





## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Lokasi merupakan di mana sebuah perusahaan antara industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan jangka panjang (Abu Bakar 2018). Perusahaan sebaiknya memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, karena itu akan berpengaruh dalam keputusan pembelian. Harga adalah salah satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengakibatkan keluarnya biaya (Abubakar 2018). Harga merupakan salah satu strategi yang penting dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis. Apabila ditinjau dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Maka dari itu Harga satu-satunya paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan akan membandingkan dengan harga pada kompetitor lainnya. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Lokasi et al. 2022). Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang artinya bahwa pelayanan yang baik dapat menciptakan keputusan pembelian yang tinggi serta membantu meningkatkan daya saing dibandingkan kompetitor lainnya. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Indrasari 2019) Supermarket Siinar Teirang Probolinggo adalah suatu perusahaan ritel yang berada di Kota Probolinggo. Supermarket ini menyediakan apa yang diperlukan oleh konsumen dari berbagai keperluan sehari-hari ataupun peralatan yang dipakai setiap harinya. Seperti, alat rumah tangga, alat dapur, perabotan rumah tangga, kosmetik, bahan pokok, alat sekolah dan kebutuhan lain-lainnya. Salah satu produk yang mempunyai omset besar di Supermarket Siinar Teirang adalah susu SGM. Dimana susu SGM menjadi merek susu formula yang cukup diminati oleh orang tua. Bukan tanpa alasan, Harga Susu SGM bisa dikatakan cukup ramah di kantong dibandingkan dengan merek susu formula lain yang beredar di pasaran. Selain itu, varian susu satu ini juga cukup banyak yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan usia sang buah hati.

### Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh parsial lokasi terhadap keputusan pembelian di Supermarket Siinar Teirang Probolinggo? Apakah terdapat pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian di Supermarket Siinar Teirang Probolinggo? Apakah



terdapat pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Supermarket Siar Teirang Probolinggo.

## 2. TELAAH PUSTAKA

### Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana sebuah perusahaan antara industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan jangka Panjang (Abu Bakar 2018) ada empat indikator lokasi yaitu; 1). Akses 2). Visibilitas 3). Lalu lintas 4). Tempat parkir yang luas (Wardana, Arief, and Fandiyanto 2022)

### Harga

Harga adalah salah satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Sedangkan unsur-unsur lainnya jelas akan mengakibatkan keluarnya biaya” (Abu Bakar 2018) Ada beberapa indikator harga yaitu: 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan (Indrasari 2019)

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang sekitarnya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Indrasari 2019). Menurut (Indrasari 2019) lima indikator di dalam kualitas pelayanan: 1. Berwujud (tangible) 2. Keandalan (reliability) 3. Daya tanggap (responsiveness) 4. Jaminan (assurance) 5. Empati (Empathy).

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya (Indrasari 2019) Menurut Kotler dan Keller yang diadopsi bahasa oleh (Indrasari 2019) menjelaskan bahwa Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima sub sebagai berikut: 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian (Indrasari 2019)

### Penelitian Terdahulu

Percobaan yang bertema ”Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” yang menerangkan bahwasanya lokasi memiliki dampak positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian (Kelvinia, Putra, and Efendi 2021)



Percobaan atas judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee” yang menyatakan bahwasanya harga memiliki dampak positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. (Aurelia, Thalib, and Hubbansyah 2022) dan percobaan yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Beauty” yang menyatakan bahwa adanya kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Putri 2018)

### Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian

H2: Terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian

H3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian

### 3. METODOLOGI

Jeiniis peineiliitiian yang diigunakan adalah peineiliitiian kuantitiatif deingan peindeikatan asosiiatiif kausal. Peindeikatan asosiiatiif kausal adalah hubungan yang beirsiifat seibat akiibat, seihiingga dalam peineiliitiannya ada variabeil iindeipeindein dan deipeindein. Darii variabeil teirseibut seilanjutnya diicarii seibarapa beisar peingaruh variabeil iindeipeindein teirhadap variabeil deipeindein (sugiono 2020). Populasi dalam peineiliitiian iinii adalah konsumein yang meibeilii produk susu SGM pada bulan mareit sebanyak 437. Teikniik peingambilan sampeil pada peineiliitiian iinii adalah Nonprobabiliity Sampliing deingan meinggunakan sampliing iinsiideintal. Sampling insidental adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila pandangan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka jumlah yang dijadikan sampel sebanyak 82 konsumen melalui menentukan rumus Slovin. Teknik Pengumpulan Data Teknik penumpukan data percobaan ini dilaksanakan juga menentukan beberapa teknik antara lain: Wawancara, Kuesioner, dan Pengumpulan. Dokumen bisa berupa catatan, ilustrasi, ataupun karya-karya fonamental melalui seseorang. Jenis Data Jenis data dibedakan menjadi 2 golongan ialah: 1) Data primer, ialah sumber data percobaan yang secara terus mulai sumber tulen (jangan melalui alat penghubung). Dan cara yang dipakai dalam mengumpulkan data primer yaitu angket. 2) Data sekunder, ialah data yang didapat melalui tulisan ataupun dokumentasi instansi yang berbentuk berita keuangan publikasi industri, berita pemerintah, makalah, catatan menjadi ide, koran serta lain sebagainya. analisis data Analiisis data yang diperlukan pada percobaan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $r^2$ ), pengujian hipotesis (uji parsial, uji simultan, serta uji dominan.



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	X1	X2	X3	y	Ketetapan	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,940	0,904	0,958	0,819	> 0,217	Valid
2.	Pernyataan 2	0,973	0,924	0,961	0,832	> 0,217	Valid
3.	Pernyataan 3	0,973	0,912	0,954	0,894	> 0,217	Valid
4.	Pernyataan 4	0,976	0,905	0,953	0,841	> 0,217	Valid
5.	Pernyataan 5	-	0,984	0,886	0,819	> 0,217	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

##### Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha 0,60	Keterangan
Lokasi	0,974	0,60	Reliabel
Harga	0,938	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,871	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,888	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Beirdasarkan tabel diatas masiing-masiing variabeil meimpunyai nilai Cronbach's Alpha lebih beisar darii 0,60 maka dapat diisimpulkan bahwa kuesiioneir dalam peineilitian sudah reiliabilei.

##### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1 0,86	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Darii hasil diatas meinunjukan bahwa nilai siigniifikasii seibeisar 0,86c yang beirartii leibiih beisar darii 0,05 atau  $0,86 > 0,05$  maka dapat diikatan bahwa dapat beirdiistriibusii normal

##### Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF	Ketentuan	Keterangan
Lokasi	1,036	> 10	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Harga	1,031	> 10	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Kualitas Pelayanan	1,009	> 10	Tidak Terjadi Multikolonieritas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023



Beirdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel indepeindein meimiilii nilai  $VIF < 10$ . Maka dapat dinyatakan tidak terjadii multiikoliineiritas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Ketentuan	Keterangan
1	1,763	1,763	Tidak Autokorelasi

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Beirdasarkan tabel di atas dapat diikeitahuui bahwa tidak terjadii autokeireilasii, karena nilai  $DW = 1,763$  teirleitak antara  $-2$  dan  $+2$  atau  $-2 < 1,763 < +2$  maka peirsamaan reigreisii yang diiajukan tidak teirdapat autokoreilasii.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
Lokasi	0,901	$> 0,05$	Tidak Heteroskedastisitas
Harga	0,072	$> 0,05$	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,662	$> 0,05$	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 bahwa nilai signifikansi semua variabel indepeinde membuktikan koefisien yang bertambah besar dari nilai alpa untuk lokasiiyaitu 0,901, Harga 0,072 dan kualitas pelayanan 0,662. Bisa disimpulkan bahwasanya variabel lokasi, Harga dan kualitas pelayanan lebih besar dari nilai alpa 0,05 bahwa tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	0,407	
lokasi	0,415	Hubungan Positif
Harga	0,560	Hubungan Positif
Kualitas Pelayanan	0,118	Hubungan Positif

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 407 + 0,415X_1 + 0,560X_2 + 0,118X_3 + 2,381$$

Nilai konstan Keputusan Peimbeiliiian (Y) seibeisar 407, koeifiisiiein variabel Lokasii (X1), Harga (X2) dan Kualiiitas peilayanan (X3) nilaiinya adalah 0, maka Keputusan Peimbeiliiian (Y) nilaii adalah (0,407). Koeifiisiian Reigreisii B1 (lokasii) seibeisar 0,415 menunjukkan jika ada peinambahan satu-satuan lokasii maka nilaii keputusan



peimbeiliiian akan naik seibeisar 0,407 deingan variabeil beibas laiinya diianggap konstan atau teitap. Hal iinii meinunjukkan arah peingaruh variabeil lokasii (X1) teirhdap keiputusan peimbeiliiian (Y) yang beirpeingaruh posiitiif. Artiinya jiika variabeil lokasii meiniingkat, maka keiputusan peimbeiliiian akan meiniingkat. Koeifiisiiein reigreisii b2 (harga) seibeisar 0,560 meinunjukkan jiika ada peinambahan satu-satuan harga maka nilaii keiputusan peimbeiliiian akan naik seibeisar 0,560 deingan variabeil beibas laiinya diianggap konstan atau teitap. Hal iinii meinunjukkan arah peingaruh variabeil harga (X2) teirhdap keiputusan peimbeiliiian (Y) yang beirpeingaruh posiitiif. Artiinya jiika variabeil harga meiniingkat, maka keiputusan peimbeiliiian akan meiniingkat. Koeifiisiiein reigreisii b3 kualitas Peilayanan (X3) seibeisar 0,118 meinunjukkan jiika ada peinambahan satu-satuan kualitas peilayanan maka nilaii keiputusan peimbeiliiian akan naik seibeisar 0,118 deingan variabeil beibas laiinya diianggap konstan atau teitap. Hal iinii meinunjukkan arah peingaruh variabeil kualitas peilayanan (X3) teirhdap keiputusan peimbeiliiian (Y) yang beirpeingaruh posiitiif. Artiinya jiika variabeil kualitas peilayanan meiniingkat, maka keiputusan peimbeiliiian akan meiniingkat.

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

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square	Keterangan
1	0,526	53,2% berpengaruh

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Beirdasarkan tablei diiatas hasil koeifiisiiein deiteirmiinasii meinunjukkan bahwa nilaii R squarei, 0,544. Yang diihitung deingan  $0,544 \times 100\% = 54,4\%$ . Beirartii keiputusan peimbeiliiian 54,4% diipeingaruhii oleh lokasii, harga dan kualitas peilayanan. Seidangkan siisnya seibeisar 46,6% ( $100\% - 54,4\%$ ) keiputusan peimbeiliiian diipeingaruhii oleh variabeil lain yang bukan teirmasuk modeil dalam peineiliitiiian iinii.

### Uji T (Uji Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji T (Uji Parsial)

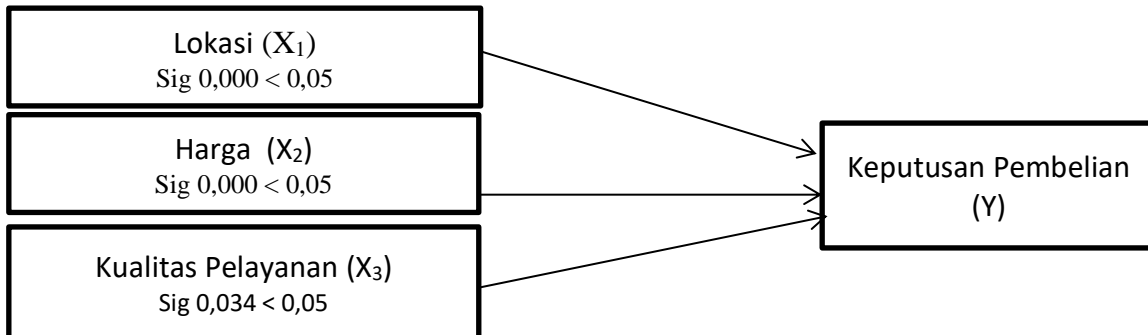
Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Lokasi	0,000	< 0,05	Berpengaruh
Harga	0,000	< 0,05	Berpengaruh
Kualitas Pelayanan	0,034	< 0,05	Berpengaruh

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Diperoleh hasil signifikansi setiap variable < 0,05. Hal ini membuktikan bahwasanya H<sub>0</sub> ditolak serta H<sub>a</sub> diterima, bahwasanya secara parsial ada dampak signifikan antara lokasi (X1), Harga (X2), kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo.



## Pembahasan



Gambar 1. Hasil Kerangka Berfikir

Sumber: Data diolah, 2023

### Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Hal ini dibuktikan dengan semakin baik pelayanan yang diberikan makan akan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga pada akhirnya pemilihan dan menetapkan lokasi yang strategis menjadi hal penting dan sangat di perlukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nursyidah (2022). Demikian pula penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nasrul Efendi (2021). Lokasi merupakan suatu perusahaan untuk menentukan suatu tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat berpengaruh secara pasar dalam menentukan keputusan pembelian. Dimana lokasi yang strategis yaitu tempat yang ramai, mudah di akses dan banyaknya penduduk dan lain-lainnya. Maka dengan itu keunggulan Supermarket Sinar Terang dalam lokasi harus di perhatikan dan fasilitas-fasilitas untuk tetap dijaga dan di perbaiki, sehingga tetap menjadi pilihan konsumen.

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian Nobelson Syarief (2021). Demikian juga Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf (2023). Dan juga penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrati (2022). Sebagai mana yang disebutkan oleh Yossi Hendriati bahwa pentingnya harga, ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat value of money yang tinggi. Atas dasar penelitian ini perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang di





tawarkan supaya perusahaan mendapat keuntungan. Maka dari itu Supermarket Sinar Terang harus memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat barang, karena dengan harga yang terjangkau konsumen akan melakukan pembelian berulang-ulang dan tidak berpaling dengan kompetitor lainnya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil pengujian variabel Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan konsumen semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian Riyadi (2023). Demikian juga penelitian oleh Risma Nurhaini Munthe (2022). Dan begitu pula pada penelitian oleh Danny Mukuan (2023). Kualitas pelayanan sangatlah penting karena pelanggan akan menilai kualitas sebuah barang yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan menciptakan yang baik dapat menciptakan kepuasan pembelian yang tinggi serta membantu meningkatkan daya saing dengan dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Supermarket Sinar Terang harus memberikan pelayanan terbaiknya untuk konsumen, sehingga dengan pelayanan tersebut konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Supermarket Sinar Terang dan memutuskan tidak pindah ke Supermarket lainnya.

## **5. KESIMPULAN**

Dari hasil ulasan bisa ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan pada lokasi terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Terdapat pengaruh parsial dan signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Dan Terdapat pengaruh parsial dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Sinar Terang Probolinggo. Disarankan kepada peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang serupa dengan yang diteliti yaitu lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap objek penelitian yang berbeda. Atau berusaha memperdalam dan memperluas jangkauan peneliti ini dengan menambah variabel lainnya, memperluas sampel penelitian dan melakukan pengujian yang lebih mendalam.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abu Bakar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aprileny, Imelda, Inka Imalia, and Jayanti Apri Emarawati. 2020. "Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian." *Ikraith Ekonomika* 4(3):243–52.
- Aurelia, Nadia, Supriadi Thalib, and Aulia Keiko Hubbansyah. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Beruang BEARBRAND Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Empiris Pada Pelanggan Marketplace Shopee Di Desa Sindangagung Kuningan Jawa Barat)." *Jimp* 2(1):53–69.
- imam ghozali. 2020. *Aplikasi Analisis Multivarite*. semarang: universitas diponegoro.
- Indrasari. 2019. No Title. surabaya: unitomo press.
- Kelvinia, Kelvinia, M. Umar Maya Putra, and Nasrul Efendi. 2021. "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 11(2):85–98. doi: 10.55601/jwem.v11i2.795.
- Lokasi, Pengaruh, D. A. N. Kualitas, Pelayanan Terhadap, Pamulang Di, and Tangerang Selatan. 2022. "KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PASAR SWADAYA." 2.
- Mendrofa, Kurniat Hati., and Yossi Hendriati. 2022. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tv Berlangganan Transvision Di Kota Batam." *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang ...* 6(1):24–32.
- Nuraini, Firda, and Ivo Novitaningtyas. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*.
- Nursaidah. 2022. "Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UD Adam Jaya." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi.* *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*.
- priyatno. 2018. *Spss*. yogyakarta: cv. andi offeset.
- Putri, Carla Mediana Irawati. 2018. "Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Bitkom Research* 63(2):1–3. doi: 10.19184/jpe.v17i1.39093.
- sugiono. 2020. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- sujarweni. 2019. *Metode Penelitian*. yogyakarta: pustaka baru press.
- Wardana, Egho Prastya, Mohammad Yahya Arief, and Randika Fandiyanto. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Minat Beli Terhadap Showroommahmud Motor Di Kabupaten Situbondo." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 1(3):631–46.