

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT WAHANA CHEMINDO JAYA MEDAN¹ Maruli Evitha Aldina Napitupulu, ²Elizabeth Haloho, ³Hilda Syaf'aini Harefa^{1,3}Universitas Sari Mutiara Indonesia ²Universitas Katolik Santo Thomas Medan,Email : aldinafrance74@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan. 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan. 3) untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Wahana Chemindo Jaya Medan. Sampel yang diambil sebanyak 92 responden dengan menggunakan teknik non probability sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dan metode analisis data yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f serta uji koefisien determinasi (R²). Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan os SPSS 25 For windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,898 > 1,986$ dengan signifikan ($0,007 < 0,05$). 2) terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,842 > 1,986$ dengan signifikan ($0,006 < 0,05$). 3) terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan $f_{hitung} > f_{tabel} = 21,253 > 3,10$ dengan signifikan ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian**PENDAHULUAN**

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu perdagangan bebas yang mencuri perhatian saat ini adalah perdagangan yang bergerak di bidang industri kimia, yaitu pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan. PT Chemindo Jaya Medan lokasinya terbilang kurang strategis karena tidak berada di pusat kota Medan. Lokasinya tidak berada di jalan besar namun akses jalan sudah beraspal baik, mulus dan tidak bergelombang namun ruas jalan sempit sehingga membuat pola rute jalan tidak teratur dan menjadi semerawut oleh kendaraan roda dua maupun roda empat. Dikarenakan lokasi yang kurang strategis maka pelayanan yang diberikan oleh PT Wahana Chemindo Jaya Medan dalam hal memenuhi permintaan konsumen masih kurang sehingga terjadi keterlambatan dalam proses pengiriman produk.

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diteliti dalam karya ilmiah ini antara lain :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT. Wahana Chemindo Jaya Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Wahana Chemindo Jaya Medan?
3. Bagaimana pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Wahana Chemindo Jaya Medan?

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT.Wahana Chemindo Jaya Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT.Wahana Chemindo Jaya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT.Wahana Chemindo Jaya Medan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan baik dari pihak peneliti, pembaca, maupun perusahaan, dimana :

1) Manfaat Teoritis

- a) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan-bahan kajian tentang keputusan pembelian.
- b) Bagi Universitas sebagai institusi pendidikan, semoga dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan sebagai masukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang peneliti sejenis. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Dunia Akademik
Bagi Universitas sebagai institusi pendidikan, semoga dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan sebagai masukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang peneliti sejenis.
- b) Bagi peneliti
Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan teori dengan hal yang terjadi dalam dunia nyata. Serta memberikan pengalaman nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya penelitian mengenai lokasi dan kualitas pelayanan serta bagaimana keputusan dalam pembelian suatu produk.
- c) Bagi perusahaan
Melalui penelitian ini diharapkan bagi perusahaan bahan-bahan kimia (minyak mentah) PT. Wahana Chemindo Jaya bahwa hasil penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai lokasi dan kualitas pelayanan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

LANDASAN TEORI

Lokasi

Lokasi menurut Kotler dan Armstrong (2016) berpendapat bahwa “lokasi adalah segala aktivitas perusahaan yang dapat membuat produk menjadi tersedia di pasar sasaran”

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menurut Kasmir (2017), “Kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.”

Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2016), menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.”

Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris di atas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut ini :



- H1 : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan
- H3 : Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Wahana Chemindo Jaya, Jl. Karantina II No.64B, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, mulai pada bulan Mei s/d Juli tahun 2021.

Populasi

Menurut Sugiarto (2017) “Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam lingkup yang ingin diteliti”. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan PT. Wahana Chemindo Jaya Medan. Berdasarkan data yang didapatkan melalui survei ke PT. Wahana Chemindo Jaya JL. Karantina Medan, maka didapat jumlah pelanggan yaitu sebesar 120 orang.

Sampel

Menurut Sugiarto (2017) “Sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\epsilon^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

ϵ = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, peneliti menetapkan 5% = 0,05

Hasil perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\epsilon^2}$$
$$n = \frac{120}{1 + 120(0,05)^2}$$
$$n = 92,3 = 92$$

Maka jumlah pelanggan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 92 orang pelanggan dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Purposive sampling, yaitu Teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel yang mana paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Pelanggan PT Wahana Chemindo Jaya Medan di bagian Pembelian
- b) Pernah membeli produk sebanyak min.1 kali

Definisi Operasional Variabel Penelitian**Tabel 1 Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
1.	Lokasi (X1)	Salah satu faktor penting dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli minyak mentah di PT. Wahana Chemindo Jaya Medan	1.) Lokasi yang mudah dijangkau 2.) Area parkir yang luas 3.) Keamanan dan kenyamanan lingkungan 4.) Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian	Likert
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Nilai unggul suatu barang dan jasa yang diperoleh dari PT. Wahana Chemindo Jaya Medan sesuai dengan harapan konsumen	Kehandalan Daya tanggap Jaminan Empati Bukti fisik	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah proses yang dilewati oleh konsumen dalam memilih dan membuat keputusan dalam pembelian minyak mentah pada PT. Wahana Chemindo Jaya Medan	Kemantapan pada Sebuah Produk Kebiasaan dalam Membeli Produk Merekomendasikan Kepada Orang Lain Melakukan Pembelian Ulang	Likert

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Adapun tujuan dalam mengadakan penelitian oleh peneliti yaitu untuk mendapatkan data dan informasi yang akan digunakan sebagai bahasa analisis. Ada dua jenis data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

Metode Penelitian

Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji Instrumen yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Multikolinieritas.
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda
4. Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (uji F)
5. Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Instrumen****Uji Validitas**

Dari hasil pengujian untuk semua kuesioner yang digunakan menunjukkan bahwa nilai r hitung bernilai dimana lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tersebut adalah valid. Dimana nilai r tabel bernilai 0,361.

Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

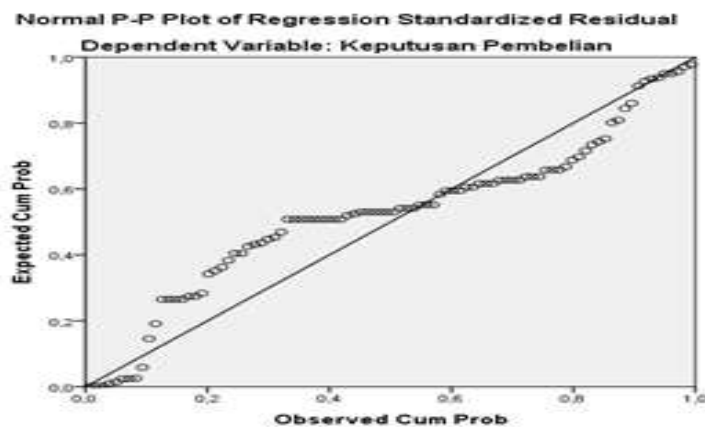
Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Lokasi (X1)	0,725	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,805	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,761	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan dan variabel Keputusan Pembelian seluruhnya menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi yang tampak pada gambar berikut



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P-Lot

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa titik-titik atau pola menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti diagonal tersebut sehingga data penelitian telah terdistribusi normal dan juga telah memenuhi model regresi yang baik.

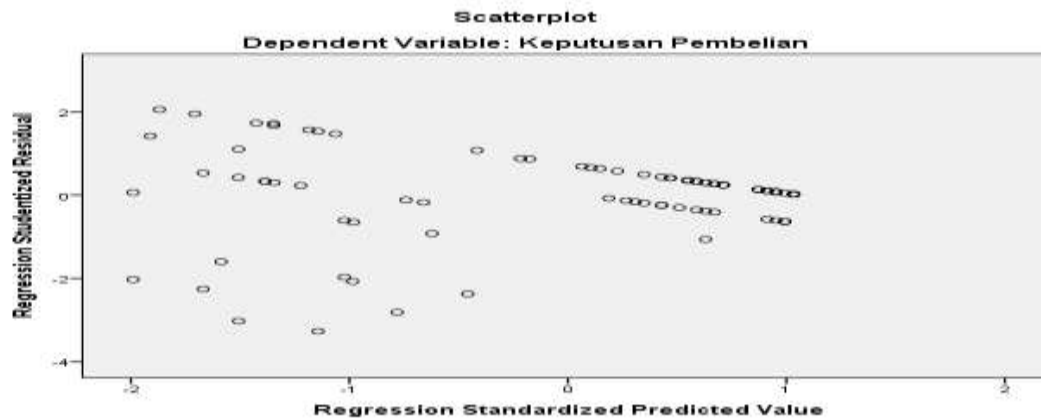
Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	30,179	1,560		19,343	,000		
	Lokasi	,041	,046	,141	2,898	,007	,309	3,238
	Kualitas Pelayanan	,163	,057	,446	2,842	,006	,309	3,238
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel Lokasi(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $3,238 < 10$. Dan untuk nilai *tolerance* Variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,309 lebih besar dari 0,1. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat adanya multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	30,179	1,560		19,343	,000		
Lokasi	,041	,046	,141	2,898	,007	,309	3,238
Kualitas Pelayanan	,163	,057	,446	2,842	,006	,309	3,238

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, Dari nilai-nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 30,179 + 0,041X_1 + 0,163X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Nilai *constant* (a) = 30,179 artinya apabila skor variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian meningkat sebesar 30,179.
- Ketika variabel Lokasi (X1) ditingkatkan sebesar 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,041 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

- c. Ketika variabel Kualitas Pelayanan (X2) ditingkatkan sebesar 1%, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,163 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara Lokasi dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian adalah hubungan yang positif dimana ketika Lokasi dan Kualitas Pelayanan ditingkatkan, maka akan berdampak pada kenaikan Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	30,179	1,560		19,343	,000		
Lokasi	,041	,046	,141	2,898	,007	,309	3,238
Kualitas Pelayanan	,163	,057	,446	2,842	,006	,309	3,238

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- a. Variabel Lokasi (X1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,898 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,898) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Lokasi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,842 dengan signifikansi sebesar 5% karena t_{hitung} untuk variabel X2 (2,842) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	93,239	2	46,620	21,253	,000 ^b
Residual	195,228	89	2,194		
Total	288,467	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 21,253 adapun untuk nilai F_{tabel} sebesar 3,10 maka F_{hitung} (21,253) lebih besar daripada F_{tabel} (3,10) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($Sig < 0,05$) maka kesimpulannya adalah signifikan. Artinya H_{a3}

diterima dan H_03 ditolak yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas yang terdiri dari Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.823	.808	1,48107

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

c. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,823. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menerangkan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) sebesar 82,3% sedangkan sisanya sebesar 17,7% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan menjadi beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi (X1) pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” menunjukkan bahwa lokasi dari PT Wahana Chemindo Jaya Medan masih terbilang kurang dikarenakan memiliki jalan yang sempit, selain itu juga pada indikator “Kedekatan dengan pusat keramaian” menunjukkan bahwa lokasi dari PT Wahana Chemindo Jaya Medan masih terbilang kurang strategis dikarenakan tidak berada di jalan besar dan juga tidak dekat dengan pusat kota Medan. Dan berdasarkan hasil Uji Parsial didapat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X1 (2,898) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Lokasi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada indikator “Daya Tanggap” menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Wahana Chemindo Jaya Medan masih terbilang lambat dalam memenuhi permintaan (pembelian), selain itu juga pada indikator “Jaminan” menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan PT Wahana Chemindo Jaya Medan dalam hal pengiriman barang masih mengalami keterlambatan. Dan berdasarkan hasil Uji Parsial didapat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X2 (2,842) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga membuktikan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun masih ada beberapa indikator yang kurang baik yang terjadi pada PT Wahana Chemindo Jaya Medan pelanggan tetap melakukan pembelian secara berulang. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yang terdiri dari keputusan pembelian (Y) berdasarkan hasil uji

Simultan didapat bahwa nilai F_{tabel} sebesar 3,10 maka F_{hitung} (21,253) lebih besar daripada F_{tabel} (3,10).

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian merupakan faktor yang dominan dari lokasi. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak PT Wahana Chemindo Jaya Medan dimana pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” sebaiknya PT Wahana Chemindo Jaya perlu memperlebar jalan agar tidak sempit sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan atau merelokasikan ke daerah yang dengan pusat kota agar lebih meningkatkan keputusan dalam melakukan pembelian ketika nantinya ingin membuka cabang baru.
2. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa daya tanggap dan jaminan merupakan faktor dominan dalam kualitas pelayanan. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak PT Wahana Chemindo Jaya Medan dimana pada indikator “Daya Tanggap” sebaiknya karyawan dari PT Wahana Chemindo Jaya Medan dapat memenuhi permintaan (pemesanan) pelanggan secara cepat selain itu juga pada indikator “Jaminan” sebaiknya karyawan dari PT Wahana Chemindo Jaya Medan dalam proses pengiriman barang tidak mengalami keterlambatan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independent lainnya selain lokasi dan kualitas pelayanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel independent keputusan pembelian serta menambah jumlah sampel dan kriteria sampel sehingga target penelitian ini dapat tercapai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, Vionna. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80-90.
- Aryandi, Julian. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1(1), 117-127.
- Faiza, Ifani Yudha Nur. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di *House of Pet Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2).
- Firdiansyah, Dwi. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussiness and Engineering (JEBE)*, 2(2).
- Kasmir, (2017). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kurniawan, Heri Diyan. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada JNE Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Lupyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.



- Tarinda, R. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Scissors Barbershop Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 1-20.
- Tjiptono, Fandi. (2016). *Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2019). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta: Andi.