

## PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KIOS BUAH BAPAK SUNJOTO DI SITUBONDO DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Nur Khofifa Rahma<sup>1)</sup>, Lusiana Tulhusnah<sup>2\*)</sup>, Siti Soeliha<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

\*Email Korespondensi : 201813006@unars.ac.id

### Abstrak

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang saling berhubungan antara perusahaan dengan konsumen sebagai suatu sistem yang dirancang untuk menghasilkan keuntungan dan mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di warung buah Pak Sunjoto. Metode pengambilan sampel ditentukan dengan simple random sampling. Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural – Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0, menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pembelian keputusan, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa variabel lokasi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan.

**Kata Kunci:** Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

### Abstract

*Marketing is an activity that is interconnected between companies and consumers as a system designed to generate profits and to be able to satisfy the needs and desires of consumers. The purpose of this study was to analyze and test the effect of location and service quality in determining purchasing decisions with consumer satisfaction as an intervening variable. The population in this study were consumers at the fruit stall of Mr. Sunjoto. The sampling method was determined by simple random sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model – Partial Least Square (PLS-SEM). The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that the location variable has a positive significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive significant effect on consumer satisfaction, location has a positive but not significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive significant effect on purchase decisions, satisfaction Consumers have a significant positive effect on purchasing decisions. The results of the indirect effect hypothesis test show that the location variable on purchasing decisions through consumer satisfaction has a significant positive effect, service quality on purchasing decisions through consumer satisfaction has a significant positive effect.*

**Keywords:** Location, Service Quality, Consumer Satisfaction, Purchase Decision.

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memang banyak sekali jenis buah yang tumbuh subur dan banyak dibudidayakan. Konsumsi buah-buahan di Indonesia khususnya di Kota Situbondo saat ini cenderung meningkat. Khususnya kios buah bapak Sunjoto yang menjual buah mangga sebagai prioritas utamanya dan terletak di Desa Kapongan Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo. Pentingnya lokasi bagi perusahaan sangat mempengaruhi Keputusan pembelian. Pada kiosbuah bapak Sunjoto terletak di Lokasi yang strategis yang berdampak pada keberlangsungan kios buah tersebut. Pemilihan Lokasi pada kios buah bapak Sunjoto merupakan salah satu strategi bisnis yang diharapkan akan memperoleh pendapatan yang lebih besar. Pada kios buah bapak Sunjoto memiliki akses transportasi yang memudahkan pemasok buah untuk menyalurkan buah ke Lokasi usaha. Usaha kios buah bapak Sunjoto sangat memperhatikan kinerja pelayanan yang diberikan, karena Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Apabila konsumen telah merasa puas dengan Kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen tersebut tidak akan segan untuk melakukan Keputusan pembelian dan membeli ulang di kios buah bapak Sunjoto. Kepuasan konsumen sangat diutamakan oleh pemilik usaha sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan. Kepuasan konsumen selain untuk memuaskan kebutuhan konsumen, dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan pada usaha ini. Sebelum melakukan Keputusan pembelian pada kios buah bapak Sunjoto adalah tahap awal dimana konsumen memutuskan suatu produk yang dinilainya sudah paling baik, sehingga muncul niat pada konsumen untuk membeli produk tersebut. Jika sudah menemukan yang tepat maka konsumen akan melakukan Keputusan pembelian.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian dimulai dari *start* kemudian mengkaji variabel. Variabel bebas adalah Lokasi dan Kualitas pelayanan, kemudian variabel terikat adalah Kepuasan konsumen dan Keputusan pembelian. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada konsumen kios buah bapak Sunjoto.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan yaitu pada bulan Februari, Maret dan April 2022. Tempat penelitian dilakukan pada kios buah bapak Sunjoto di Jl. Raya Banyuwangi, RT 001/RW 005, Desa Kapongan, Kecamatan Kapongan, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur, 68362.

### **Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen pada kios buah bapak Sunjoto , dimana perhari rata-rata 50 konsumen. Jadi populasi selama tiga bulan 89 hari x 50 konsumen adalah sebesar 4.450 konsumen. Teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua yaitu secara probabilitas dan non probabilitas. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* atau pengambilan sampel acak sederhana. Jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 98 orang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Observasi
- 2) Wawancara
- 3) Studi Pustaka
- 4) Kuesioner (Angket)
- 5) Dokumentasi

### **Metode Analisis Data**

Melakukan suatu penelitian akan mendapatkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya maka untuk mengetahui kebenarannya dari data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dan telah dilakukan analisis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Uji Validitas Konvergen**

Uji validitas konvergen (Convergent validity) bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Validitas konvergen digunakan untuk mengukur suatu objek yang mengukur instrumen apakah dapat digunakan untuk mengukur dalam sebuah penelitian. Validitas konvergen (Convergent validity) dalam penelitian ini dianalisis melalui suatu program Smart PLS 3.0 untuk mengukur nilai AVE dan mengukur nilai outer loading. Validitas konvergen didapatkan dengan cara melihat nilai AVE (average variance extracted) minimal yang harus dipenuhi yaitu diatas 0,5 dan nilai Outer loading dari setiap indikator minimal adalah 0,7.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan jika memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang sama. Penelitian tidak dianggap dapat diandalkan jika pengukuran yang berulang-ulang memberikan hasil berbeda-beda. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dianalisis menggunakan program Smart PLS 3.0 untuk menguji data yaitu dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70 dan indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel apabila mencapai *composite reliability* diatas 0,70.

#### **Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2013:105), mengemukakan bahwa “Uji multikolinieritas bertujuan guna menguji model struktural apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent*”. Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *collinierity statistics* (VIF). Uji multikolinieritas dapat dikatakan tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik multikolinieritas jika nilai VIF (*varians inflation factor*)  $\leq 5,00$  namun jika nilai VIF  $> 5,00$  maka melanggar asumsi multikolinieritas atau variabel bebas saling mempengaruhi.

#### **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2013:160), mengemukakan bahwa “ Uji normalitas secara umum untuk mengetahui sebuah model persamaan struktural apakah normal atau melanggar aturan dalam normalitas yang terdapat dalam penelitian”. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah masing-masing data penelitian tiap variabel berdistribusi normal atau tidak, dalam arti bahwa distribusi data tidak menjauhi nilai tengah (median) yang berakibat pada standart deviasi yang tinggi. Dalam sebuah data penelitian dapat dikatakan layak apabila persamaan struktural tidak menjauhi nilai mean apabila data tersebut menjauhi nilai tengah maka akan terjadi penyimpangan sehingga dapat diartikan tidak normal karena melanggar normalitas. Uji normalitas pada penelitian ini dianalisis melalui program Smart PLS 3.0 untuk menguji nilai *excess kurtosis* atau *skewness*. Uji

normalitas dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas apabila nilai *excess kurtosis* atau *skewness* berada dalam rentang -2,58 hingga 2,58.

### Uji Goodness Of Fit (GOF)

Uji goodness of fit bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah distribusi data dari sampel mengikuti sebuah distribusi teoritis tertentu ataukah tidak. Pada penelitian ini Uji goodness of fit dianalisis melalui program Smart PLS 3.0, uji ini menggunakan tiga ukuran fit model yaitu SRMR, Chi-Square dan NFI. Pada Uji goodness of fit dapat dikatakan fit artinya konsep model struktural yang dibangun didalam penelitian ini telah sesuai fakta yang terjadi di lapangan dan hasil penelitian bisa diterima dengan baik dari segi teoritis ataupun praktis. Adapun kategori fit indeks dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika SRMR nilai kurang dari 0,09 maka dapat dikatakan fit.
- b. Jika Chi-Square nilai kecil maka dapat dikatakan fit.
- c. Jika NFI (normed fit index) nilai lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan *fit*.

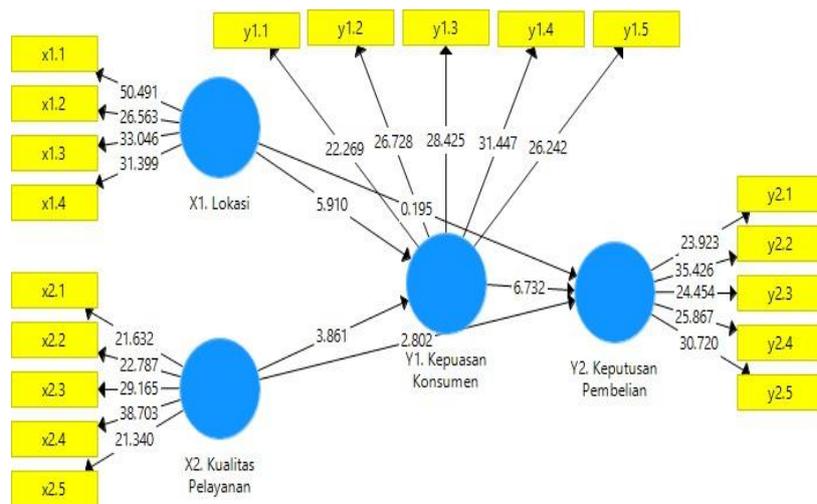
### Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini, uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk variabel bebas dan variabel terikat setelah mengetahui hasil hipotesis. Uji koefisien determinasi dapat diketahui melalui *R-Square* untuk variabel dependen. Pada penelitian ini, diketahui hasil sebagai berikut :

- 1) Variabel Lokasi (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y1) sebesar 0,738 (73,8%), sedangkan sisanya 26,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- 2) Variabel Lokasi (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi Keputusan pembelian (Y2) sebesar 0,780 (78%), sedangkan sisanya 22% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

### Analisis Persamaan Struktural (inner model)

Analisis persamaan struktural dianalisis menggunakan sistem *bootstrapping* melalui program Smart PLS 3.0 maka akan ditemukan persamaan nilai koefisien regresi dengan menggunakan dua sistem *output* yaitu *path coefficient* dan *specific indirect effects*. Persamaan struktural pada suatu penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan yang terjadi antara variabel terikat dan kolonieritas data variabel penelitian dengan menggunakan dari rumus struktural. Hasil uji Analisis persamaan struktural (*inner model*) dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil Uji Model Struktural

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu positif (0,544) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.000** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan Lokasi (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y1), dengan demikian **Hipotesis 1 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa apabila Lokasi meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Lokasi menurun maka Kepuasan konsumen juga akan ikut menurun. Lokasi mempunyai peran cukup besar terhadap Kepuasan konsumen yang datang berbelanja. Kepuasan konsumen dapat timbul karena Lokasi yang memiliki akses sangat mudah dijangkau (kios buah bapak Sunjoto). Lokasi yang ditemukan dengan mudah membuat konsumen tidak kesulitan mencarinya maka ketertarikan dari para konsumen untuk membeli akan tinggi dan semakin meningkat pula Kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan dampak signifikan Lokasi dalam mempengaruhi Kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Ceria Fajar Hasianta Siregar (2018)

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu positif (0,378) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.000** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y1), dengan demikian **Hipotesis 2 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen juga akan ikut menurun. Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan maka dalam hal ini apabila Kualitas pelayanan yang diberikan seorang karyawan kepada konsumen baik artinya tingkat Kepuasan konsumen yang merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan tersebut semakin tinggi. Kualitas pelayanan mempunyai peran besar akan timbulnya suatu perasaan *interest* dari seseorang terutama Kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dan memiliki tempat yang bersih dan nyaman akan cenderung membuat konsumen merasa puas berbelanja (kios buah bapak Sunjoto). Hal ini mempertegas adanya pengaruh signifikan dari Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Dedy Kusuma (2018)

### Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu positif

(0,017) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.845** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan Lokasi (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y2), dengan demikian **Hipotesis 3 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa apabila Lokasi meningkat maka Keputusan pembelian akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Lokasi menurun maka Keputusan pembelian juga akan ikut menurun. Lokasi tidak mampu memberikan pengaruh signifikan dalam menentukan Keputusan pembelian (kios buah bapak Sunjoto). Hal ini dikarenakan Lokasi tidak dapat menjadi alasan utama dari seseorang ketika akan memutuskan pembelian. Terdapat perbedaan opini yang sifatnya objektif, dimana konsumen satu dengan konsumen yang lain belum tentu mempunyai sudut pandang yang sependapat terkait Lokasi tersebut (kios buah bapak Sunjoto). Konsumen akan mempertimbangkan Lokasi (kios buah bapak Sunjoto) sebelum benar-benar melakukan pembelian.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu positif (0,306) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.005** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian (Y2), dengan demikian **Hipotesis 4 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Keputusan pembelian akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kualitas pelayanan menurun maka Keputusan pembelian juga akan ikut menurun. Kualitas pelayanan turut mempengaruhi Keputusan pembelian seseorang dalam berbelanja (kios buah bapak Sunjoto). Kualitas pelayanan yang diberikan seorang karyawan kepada konsumen baik artinya tingkat Keputusan pembelian yang merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan tersebut semakin tinggi dan konsumen akan memiliki dorongan tersendiri dalam dirinya untuk berbelanja (kios buah bapak Sunjoto). Hal tersebut tentu menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian seseorang. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Sony Kartono (2020)

#### **Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu (0.611) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.000** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan Kepuasan konsumen (Y1) berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian (Y2), dengan demikian **Hipotesis 5 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa apabila Kepuasan konsumen meningkat maka Keputusan pembelian akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kepuasan konsumen menurun maka Keputusan pembelian juga akan ikut menurun. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan Keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasakan puas berbelanja (kios buah bapak Sunjoto) akan cenderung merealisasikan keinginannya dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli. Langkah tersebut didukung dengan adanya kemauan konsumen untuk mencari informasi sebelum mengambil keputusan. Konsumen yang berminat akan condong mempunyai *interest* lebih terhadap sesuatu yang menarik rasa keingin-tahuan mereka dan akan merealisasikan keinginannya sebagai bentuk jawaban dari rasa kepuasan mereka. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa pengaruh signifikan dari adanya Kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian ialah cukup besar. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Ekky Suti Wibisono (2019)

#### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu (0,332)

dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.000** ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y2) melalui Kepuasan konsumen (Y1) berpengaruh signifikan positif, dengan demikian **Hipotesis 6 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel Lokasi dalam menentukan Keputusan pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan konsumen sebagai intervening. Hal ini dikarenakan Lokasi mampu mempengaruhi Keputusan pembelian seseorang berdasarkan rasa puas yang didapatkan pada saat berbelanja (kios buah bapak Sunjoto). Komentar rekomendasi yang jujur dari konsumen lain, cerita dari pengalaman konsumen lain dapat merubah serta mempengaruhi sudut pandang dari seseorang. Hal tersebut tentu memicu seseorang ketika akan mengambil Keputusan pembelian. Maka dari itu, dapat dipastikan peran variabel mediasi Kepuasan konsumen pengaruhnya positif signifikan dalam mempengaruhi dan menentukan Keputusan pembelian yang dipengaruhi Lokasi. Hasil ini mendukung dan memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Ceria Fajar (2018), Ekky Suti (2019)

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai *original sampel* yaitu (0,231) dengan nilai *p value* yaitu sebesar **0.001** ( $>0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y2) melalui Kepuasan konsumen (Y1), berpengaruh signifikan positif, dengan demikian **Hipotesis 7 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa variabel Kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh yang signifikan dalam menentukan Keputusan pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan konsumen sebagai intervening. Hal ini menjadikan Kualitas pelayanan menjadi alasan utama dari seseorang ketika akan memutuskan untuk membeli dan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan konsumen dalam berbelanja (kios buah bapak Sunjoto). Kualitas pelayanan dapat menggiring seseorang untuk memutuskan keputusannya secara cepat dan memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan dasar pengambilan keputusan pembelian dari seseorang. Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan seorang karyawan kepada konsumen meningkatkan Kepuasan konsumen yang merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan tersebut dan konsumen akan memiliki dorongan tersendiri untuk memutuskan pembelian pada tempat tersebut (kios buah bapak Sunjoto). Rekomendasi yang jujur dari konsumen lain, cerita dari pengalaman konsumen lain dapat merubah serta mempengaruhi sudut pandang dari seseorang. Maka dari itu, dapat disimpulkan peran variabel mediasi Kepuasan konsumen pengaruhnya positif signifikan dalam mempengaruhi dan menentukan Keputusan pembelian yang dipengaruhi Kualitas pelayanan. Hasil ini mendukung dan memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Dedy Kusuma (2018), Ekky Suti (2019)

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1) Lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen, (H1 diterima);
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen, (H2 diterima);
- 3) Lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian, (H3 ditolak);

- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian, (H4 diterima);
- 5) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan pembelian, (H5 diterima);
- 6) Lokasi terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif, (H6 diterima);
- 7) Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif, (H7 diterima);

## REFERENSI

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartono, S. (2020). "Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Rumah Makan Kawi Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. Edisi 15. New jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D. (2018). "Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen di Kantin Pandawa Kabupaten Situbondo". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rozekki, H. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan pembelian di Warung Bakso Solo Puji Gumuk Panarukan Situbondo". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Siregar, C.F.H. (2018). "Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen Pada Rumah Makan Bebek Farannissa di Situbondo". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Situbondo: Universitas Abdurachman Saleh.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarsan, T. (2013). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi
- \_\_\_\_\_. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Wibisono, E.S. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan konsumen Terhadap Keputusan pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.