

**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR DI
PT. SINGA MAS MAKIN SUKSES (STUDI
KASUS PADA SPBU SINGAPORE
STATION KATAMSO MEDAN)**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
CALVIN LEANDER
181010074**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BAHAN BAKAR DI PT. SINGA MAS MAKIN
SUKSES (STUDI KASUS PADA SPBU
SINGAPORE STATION KATAMSO MEDAN)

Nama : Calvin Leander

NIM : 181010074

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,


Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801

Pembimbing II,


Ihdina Guslana S.E., M.M.
NIDN : 0120088303

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN
BAKAR DI PT. SINGA MAS MAKIN SUKSES
(STUDI KASUS PADA SPBU SINGAPORE
STATION KATAMSO MEDAN)
Nama : Calvin Leander
NIM : 181016074
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 07 July 2022
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip daratnau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan melakukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Calvin Lusander
NIM	181010074
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar di PT. Singa Mas Makin Sukses (Studi Kasus Pada SPBU Singapore Station Katamiao Medan)
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
Pembimbing-II	Ihdina Gustina S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 26 Januari 2022


Calvin Lusander
181010074

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR DI PT. SINGA MAS MAKIN SUKSES (STUDI KASUS PADA SPBU SINGAPORE STATION KATAMSO MEDAN)”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.

7. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil maupun spiritual.

Peneliti menyadari Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan peneliti.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 25 Mei 2022
Peneliti

Calvin Leander
181010074

ABSTRAK

Calvin Leander, 181010074, 2022, Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Singa Mas Makin Sukses, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M. Pembimbing II: Ihdina Gustina, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses, mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses, mengetahui pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 94.533 pembeli.. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 17,717 + 0,348 Lokasi + 0,194 Pelayanan + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memiliki $t_{hitung} (3,912) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses. Hasil analisis menunjukkan Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} (2,301) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses berdasarkan nilai $F_{hitung} (22,751) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,305 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Pelayanan sebesar 30,5% sedangkan sisanya 69,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, periklanan, potongan harga, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Lokasi, Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Calvin Leander, 181010074, 2022, *The Effect of Location and Service on Purchasing Decisions at PT. Singa Mas is increasingly successful*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M. Advisor II: Ihdina Gustina, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of location on purchasing decisions at PT. Singa Mas is increasingly successful, knowing the effect of service on purchasing decisions at PT. Singa Mas is increasingly successful, knowing the effect of Location and Service on Purchase Decisions at PT. Lion Mas is getting more and more successful.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all buyers who made purchases at the company during the 2020 period as many as 94,533 buyers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size of 100 respondents was obtained. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = $17.717 + 0.348 \text{ Location} + 0.194 \text{ Service} + e$.

The results of the research analysis show that the location has tcount (3.912) > ttable (1.984) with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Location on Purchase Decisions at PT. Lion Mas is getting more and more successful. The results of the analysis show that the service has a value of tcount (2.301) > ttable (1.984) with a significant level of $0.024 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between services on purchasing decisions at PT. Lion Mas is getting more and more successful.

The results showed that location and service had a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Singa Mas is increasingly successful based on the value of Fcount (22.751) > Ftable (3.09) with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant influence between Location and Service simultaneously on Purchase Decisions at PT. Lion Mas is getting more and more successful. The results of this study are supported by the value of R Square (R²) or the coefficient of determination obtained is 0.305, meaning that the Purchasing Decision variable can be explained by the Location and Service variable of 30.5% while the remaining 69.5% is influenced by other factors originating from outside. this research model such as product quality, advertising, price discounts, satisfaction and various other variables.

Keywords: Location, Service, Purchase Decision

MOTTO

"Orang yang tidak pernah berbuat salah adalah orang yang tidak pernah melakukan sesuatu".

(Albert Einstein)

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, Tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh".

(Confisius)

"Hadapi segala rintangan, dan jangan pernah hilang harapan. Karena ketika kamu masih memiliki harapan, disitulah kamu memiliki masa depan".

(Merry Riana)

Persembahan

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Puji Syukur kepada Sang Hyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah mendegar doa penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

Kepada Kedua Orang tuaku tercinta Papa, Mama dan Saudari-saudari yang ku sayangi, karena selalu memberi motivasi dan dukungan serta kasih sayang yang besar dan tulus dari lahir sampai sekarang baik moral maupun materi. Terima kasih atas dukungan kalian untukku menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ku persembahkan untuk kalian sebagai wujud rasa terima kasih ku kepada kalian atas pengorbanan dan jerih payah kalian.

Kepada kedua dosen pembimbing saya, Terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya serta kesabaran mendidik saya dan mahasiswa lain dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Sahabat Kecil saya yang telah menghibur, memotivasi, memberi dukungan, maupun doa disaat paling terpuruk.

Kepada Sahabat Kuliah saya karena telah menemani dan bersama-sama bimbingan, memberi semangat dalam suka maupun duka agar sama-sama belajar dan wisuda bersama-sama.

Kepada Sahabat Seperjuangan karena telah menemani dan membantu proses Skripsi ini, memberi semangat dalam suka maupun duka hingga selesainya Skripsi ini.

Kepada Masa Depan ku yang jauh dimata namun dekat dihati, Terima kasih atas kasih dan perhatianmu, karena telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya selama ini untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan tidak lupa menemani saya saat belajar skripsi ini.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK..... vi

ABSTRACT.....vii

MOTTO.....viii

PERSEMBAHAN ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Batasan Masalah..... 6

1.4 Rumusan Masalah 7

1.5 Tujuan Penelitian..... 7

1.6 Kegunaan Penelitian..... 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori	9
2.1.1	Teori Keputusan Pembelian	9
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.1.2	Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.1.3	Pertimbangan Keputusan Pembelian	11
2.1.1.4	Struktur Keputusan Pembelian	13
2.1.2	Teori Tentang Lokasi	14
2.1.2.1	Pengertian Lokasi	14
2.1.2.2	Indikator Lokasi	15
2.1.2.3	Karakteristik Lokasi Strategis	17
2.1.2.4	Faktor Mempengaruhi Pemilihan Lokasi	17
2.1.3	Teori Tentang Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.2	Manfaat Kualitas Pelayanan	19
2.1.3.3	Alternatif Kualitas Pelayanan	20
2.1.3.4	Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Konseptual	23
2.4	Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.1.1	Lokasi Penelitian	25

3.1.2	Waktu Penelitian	25
3.2	Jenis dan Sumber Data	25
3.2.1	Jenis Data	25
3.2.2	Sumber Data	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3.1	Uji Normalitas	31
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas	32
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	33
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F).....	34
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2)	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian	35
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	35
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.2.1	Visi.....	36
4.1.2.2	Misi	36

4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Karakteristik Responden	38
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
4.2.2.1	Uji Validitas	39
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	43
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	44
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas.....	47
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.2.4	Teknik Analisis Data.....	49
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	51
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)....	52
4.2.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.3	Pembahasan.....	56

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS

5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Implikasi Manajerial.....	59
5.3	Saran Akademis.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IJIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk PT. Singa Mas Makin Sukses.....	2
Tabel 1.2	Data Penjualan PT. Singa Mas Makin Sukses Tahun 2016 sampai 2020.....	2
Tabel 1.3	Pesaing PT. Singa Mas Makin Sukses.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transportasi.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	39
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_1).....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_2).....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_1).....	43
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X_2)	43
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Statistik Normalitas	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	52
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)	54
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinan (R^2)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	37
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	45
Gambar 4.3 Normal <i>Probability Plot of Regression</i>	46
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bahan bakar minyak atau yang secara umumnya disebut dengan BBM adalah salah satu sumber daya yang sangat penting dan paling dibutuhkan untuk setiap masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ataupun roda perekonomian apapun. Dari semua itu, penggunaan bahan bakar yang paling utama dibutuhkan oleh transportasi dimana transportasi juga dinilai menjadi salah satu bagian terpenting dalam mendorong kemajuan perekonomian yang ada untuk saat ini karena tanpa adanya transportasi, maka alur perekonomian dinilai juga akan lumpuh atau dapat berhenti total. Kemajuan di dalam bidang perekonomian untuk seperti saat ini telah banyak memberikan dampak yang positif pada berbagai bidang usaha dimana setiap organisasi dapat mengalami perkembangan yang sangat pesat, akan tetapi juga memberikan beberapa dampak negatif dimana bagi organisasi yang tidak dapat menggunakan strategi yang baik tentunya akan mengalami penutupan. Hal tersebut biasanya adalah hal yang tidak diinginkan oleh organisasi sehingga setiap organisasi pastinya akan memberikan yang terbaik dalam mengelola kegiatan operasionalnya. Setiap organisasi pastinya akan memanfaatkan peluang usaha yang ada dan berusaha untuk menerapkan berbagai strategi baru dalam rangka untuk menguasai pasar. Syarat yang harus dipenuhi oleh organisasi agar sukses dalam persaingan adalah berusaha dengan keras mencapai tujuan utamanya yaitu menghasilkan laba yang maksimal.

PT. Singa Mas Makin Sukses adalah organisasi yang bergerak di bidang pengisian bahan bakar minyak dan adalah stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) Singapore Station. Organisasi terletak di jalan Bridjend Katamso No. 266 Medan yang berdiri sejak tahun 2008 hingga saat ini sudah menjadi stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) yang ternama di kota Medan. Adapun pembeli tetap yang dimaksud disini ialah adanya beberapa organisasi yang melakukan kerjasama dengan PT. Singa Mas Makin Sukses berupa pembelian voucher yang kemudian akan digunakan sebagai alat tukar untuk membeli bahan bakar. Berikut ini adalah rincian dari barang bahan bakar yang dijual oleh organisasi:

Tabel 1.1
Barang PT. Singa Mas Makin Sukses

Barang
Pertamax Turbo
Pertamax
Pertalite
Dexlite
Biosolar

Sumber: PT. Singa Mas Makin Sukses Tahun, 2021

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa PT. Singa Mas Makin Sukses menawarkan berbagai bahan bakar seperti Pertamax Turbo, Pertamax, Pertalite, Dexlite, dan Biosolar.

Berikut ini adalah pemasaran PT. Singa Mas Makin Sukses selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Data Pemasaran PT. Singa Mas Makin Sukses Tahun 2016 s.d. 2020

Tahun	Pemasaran
2017	Rp. 65.352.381.259
2018	Rp. 65.129.210.382

Tahun	Pemasaran
2019	Rp. 64.272.383.104
2020	Rp. 53.021.428.723

Sumber: PT. Singa Mas Makin Sukses Tahun, 2021

Berdasarkan tabel di atas, pemasaran PT. Singa Mas Makin Sukses mengalami penurunan dari tahun ke tahun selama tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 dimana pada tahun 2017, pemasaran organisasi masih dapat mencapai sebanyak Rp. 65.352.381.259, sedangkan untuk tahun 2018 hanya sebesar Rp. 65.129.210.382. Untuk pemasaran pada tahun 2019 juga dinilai sedang mengalami penurunan menjadi Rp. 64.272.383.104, sedangkan untuk tahun 2020 hanya memiliki pemasaran sebesar Rp. 53.021.428.723.

Terjadinya penurunan pada pembelian pembeli tidak terjadi serta merta namun terdapat berbagai faktor dan evaluasi yang dilakukan pembeli dimana salah satu faktor yang diindikasinya memiliki pengaruh adalah Lokasi dari SPBU itu sendiri. Lokasi adalah tempat dimana pelaku usaha menentukan letak usaha mereka dan biasanya menjadi faktor terpenting dalam menjalankan usaha tersebut. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, didapatkan bahwa Lokasi SPBU Singapore Station sendiri termasuk kurang baik dikarenakan Lokasi SPBU sering terjadinya kemacetan terlebih lagi pada saat tertentu seperti jam pergi, jam istirahat dan jam pulang karyawan sehingga sebagian pembeli terkadang sangat sulit untuk melakukan *U Turn*.

Adapun antrian SPBU Singapore sendiri biasanya sangat panjang yang membuat kemacetan di Lokasi tersebut. Hal tersebut membuat pembeli lebih memilih untuk melakukan pembelian bahan bakar di SPBU lainnya agar dapat menghindari kemacetan dan tidak menghabiskan waktunya. Terlebih lagi terdapat

beberapa SPBU yang berada di jalan Bridjen Katamso sehingga membuat SPBU Singapore Station memiliki banyak pesaing yang berdekatan dengannya seperti yang terlihat pada tabel di bawah:

Tabel 1.3
Pesaing PT. Singa Mas Makin Sukses

Pesaing
Green Nitrogen Katamso SPBU 11201
SPBU COCO Katamso
SPBU Pertamina Pasti Pas

Sumber: PT. Singa Mas Makin Sukses Tahun, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa pesaing dari organisasi terdiri dari Green Nitrogen Katamso SPBU 11201, SPBU COCO Katamso, SPBU Pertamina Pasti Pas dan berbagai SPBU lainnya. Dengan demikian membuat pembeli memiliki banyak alternatif dalam melakukan pembelian bahan bakar.

Faktor lainnya yang diindikasikan memiliki pengaruh terhadap menurunnya pembelian pembeli adalah Kualitas Pelayanan dimana Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pembeli. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, pembeli masih merasa tidak puas dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh karyawan seperti pembeli menilai bahwasannya karyawan kurangnya memberikan senyuman dan sapaan kepada pembeli yang melakukan pembelian sehingga terasa bahwa karyawan menjadi kurang terlatih dalam memberikan pelayanan yang baik. Selain itu, beberapa karyawan juga dianggap masih kurang tanggap dan tidak dapat diandalkan dalam melayani pembeli

sehingga pembeli perlu menunggu waktu yang cukup lama dalam melakukan pembelian bahan bakar.

Terlebih lagi pembeli terkadang terlihat masih lebih sering bersosialisasi dengan karyawan lainnya walaupun pembeli sedang menunggu seperti pembeli yang ingin melakukan pengisian bahan bakar, akan tetapi karyawan masih bercanda gurau dengan rekan kerjanya dimana hal tersebut membuat pembeli menjadi harus menunggu. Selain itu, pelayanan yang kurang baik tersebut juga membuat kerja karyawan melambat dan membuat antrian menjadi panjang. Adapun beberapa saat, karyawan yang lambat dalam melayani pembeli pada akhirnya menjadi kewalahan dan harus digantikan oleh satpam sehingga membuat pembeli menjadi merasa kurang puas.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada organisasi dengan judul **“PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR DI PT. SINGA MAS MAKIN SUKSES (STUDI KASUS PADA SPBU SINGAPORE STATION KATAMSO MEDAN).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Keputusan Pembelian disebabkan oleh:

1. Lokasi dari SPBU Singapore Station Katamso masih dikenal akan beberapa hal negatif yang terjadi karena untuk Lokasi tersebut sering mengalami kemacetan saat jam operasional kerja masyarakat yaitu dari

jam 08:00 WIB s.d. jam 17:00 WIB sehingga membuat pembeli terkadang merasa malas untuk melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso karena pembeli akan terjebak macet dan menjadi lambat sampai tujuan.

2. Pemberian Pelayanan oleh pihak karyawan SPBU Singapore Station Katamso dinilai kurang ramah seperti pembeli menilai bahwasannya karyawan kurangnya memberikan senyuman dan sapaan kepada pembeli yang melakukan pembelian sehingga terasa bahwa karyawan menjadi kurang terlatih dalam memberikan pelayanan yang baik serta sering memiliki daya tanggap yang rendah sehingga membuat pembeli terkadang merasa kesal dengan hal tersebut, sedangkan pada SPBU lainnya biasanya terlihat karyawan dapat memberikan sapaan dengan sopan dan memberikan informasi mengenai pengisian bahan bakar dimulai dari angka nol dan sebagainya. Selain itu pada SPBU lain juga dinilai cepat tanggap dalam menjaga keamanan pengendara seperti memberikan arahan untuk mematikan mesin mobil.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Lokasi (X_1) dan Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah pembeli SPBU Singapore Station Katamso Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan?
2. Apakah ada pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan?
3. Apakah ada pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut ini:

1. Bagi Singapore Station

Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada barang sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Berdasarkan pendapat dari Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Berdasarkan pendapat dari Bancin (2019:22), Keputusan Pembelian adalah suatu tindakan akhir yang dilakukan pembeli sebagai bentuk jawab atas kebutuhan pembeli melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada.

Berdasarkan pendapat dari Morissan (2016:111), Keputusan Pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli namun keputusan pembelian tersebut tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya.

Berdasarkan pendapat dari Sawlani (2021:19), Keputusan Pembelian adalah salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode dan waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu dengan kata lain serangkaian tahapan yang diambil oleh seorang pembeli.

Berdasarkan pendapat dari Rossanty, dkk (2018:14), Keputusan Pembelian adalah kontinum yang terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi yang menunjukkan adanya keterlibatan dari pembeli dalam keputusan membeli dan dimensi yang menunjukkan jumlah informasi yang dibutuhkan pembeli untuk dapat membuat keputusan dengan mencari informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif.

Kesimpulan yang dapat disampaikan oleh peneliti terkait dengan Keputusan Pembelian yang didefinisikan sebagai pemilihan satu diantara alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang mengandung pengertian diantaranya yaitu pilihan berdasarkan logika atau pertimbangan, memilih salah satu alternatif terbaik, dan ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu mendekati tujuan tersebut.

2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian

Berdasarkan pendapat dari Firmansyah (2018:27), dengan demikian seorang pembeli dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa pengukuran yaitu:

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recoqnition*)

Proses pembelian oleh pembeli diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencari Informasi (*Informasi Search*)

Setelah pembeli yang terangsang kebutuhannya, pembeli akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap

informasi barang. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal, pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan, sedangkan pencarian pasif hanya membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran barang yang diinginkan.

3. Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya pembeli harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah tahap-tahap dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Pemasar harus memperhatikan pembeli setelah melakukan pembelian barang. Setelah membeli suatu barang, pembeli akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah membeli.

2.1.1.3 Pertimbangan Keputusan Pembelian

Berdasarkan pendapat dari Firmansyah (2019:90), semakin penting dan beresiko suatu barang yang akan dibeli, pembeli semakin mempertimbangkan berbagai merek dan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan yaitu:

1. *Complex Decision Making*

Complex decision making bisa terjadi, ketika pembeli melakukan pembelian barang yang membutuhkan berbagai pertimbangan sehubungan dengan pentingnya barang dan tingginya resiko bagi individu pembeli. Pada umumnya, pembeli akan mempertimbangkan berbagai merek dan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan sebelum membeli rumah atau mobil, pembeli akan mempertimbangkan secara selektif setiap detail perbedaan dari masing-masing barang. Informasi ini penting bagi pembeli, supaya tidak terjadi ketidaknyamanan setelah pembelian.

2. *Limited Decision Making*

Limited decision making terjadi ketika pembeli melakukan keputusan untuk membeli suatu barang yang membutuhkan pertimbangan merek dan informasi, yang secara kontinyu menarik bagi pembeli atau pembeli sering mengkonsumsi atau menggunakan barang tersebut. Proses pembuatan keputusan terbatas ini membutuhkan lebih sedikit informasi daripada *complex decision making*.

3. *Brand Loyalty*

Brand loyalty menunjukkan sikap loyal terhadap merek tertentu dan berdampak pada pembelian secara konsisten sepanjang waktu. Pembeli yang loyal terhadap merek tertentu akan melakukan pembelian merek tersebut dalam jangka panjang, dan membutuhkan informasi yang relatif sedikit, karena sudah menjadi kebiasaannya untuk membeli barang dengan merek tersebut. Loyalitas pembeli terhadap merek tertentu ini disebabkan

oleh rasa puas atau rasa keinginan dan kebutuhan yang terpenuhi terhadap merek tersebut secara berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan.

4. *Inertia*

Ketika pembeli menggunakan hirarki *low involvement*, pembeli membentuk keyakinan terhadap barang secara pasif dan membuat keputusan hanya dengan memproses sedikit informasi dan selanjutnya mengevaluasi merek setelah pembelian.

5. *Impulse Purchasing*

Tipe keputusan ini dikenal dengan keputusan pembelian tiba-tiba, dikatakan demikian karena pembeli tidak membutuhkan banyak pertimbangan untuk melakukan pembelian. Proses keputusan dapat dilakukan dengan cepat, tanpa harus menunggu pencarian informasi dan penilaian tertentu untuk memilih barang.

2.1.1.4 Struktur Keputusan Pembelian

Berdasarkan pendapat dari Firmansyah (2018:37), pembeli diharapkan memunculkan keputusan untuk membeli. Ada beberapa struktur yang mempengaruhi pembeli:

1. Keputusan Tentang Jenis Barang.

Dalam setiap pengambilan keputusan mengenai pembelian suatu barang, harus memperhatikan mana kebutuhan yang penting didahulukan dan jumlah uang yang kita punyai sesuai dengan pendapatan rumah tangga, juga menetapkan dan menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk

Harga, merek, kualitas dan lain-lain pada saat membuat Keputusan Pembelian.

2. Keputusan Tentang Karakteristik Barang.

Pembeli memutuskan untuk membeli barang dengan bentuk tertentu (ukuran, mutu, corak dan sebagainya).

3. Keputusan Tentang Merek.

Pembeli memutuskan merek yang akan diambil. Organisasi harus mengetahui bagaimana pembeli memilih sebuah merek.

4. Keputusan Tentang Pemasaran.

Pembeli memutuskan dimana akan membeli, organisasi harus mengetahui bagaimana pembeli memilih penjual tertentu.

5. Keputusan tentang jumlah barang.

Pembeli memutuskan jumlah barang yang akan dibeli, organisasi harus mempertimbangkan banyaknya barang tersedia untuk pembeli sesuai keinginan pembeli yang berbeda-beda.

6. Keputusan Tentang Waktu Pembelian.

Pembeli memutuskan kapan harus membeli. Organisasi harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli.

2.1.2 Teori Tentang Lokasi

2.1.2.1 Pengertian Lokasi

Berdasarkan pendapat dari Kurniawan (2018:36), Lokasi adalah tempat pengusaha menentukan letak usaha mereka dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis.

Berdasarkan pendapat dari Rachmawati (2020:92), Pemilihan Lokasi adalah nilai investasi yang paling mahal sebab Lokasi dapat menentukan ramai atau tidaknya pengunjung.

Berdasarkan pendapat dari Wijayanti (2019:52), Lokasi adalah hasil kebijakan tentang distribusi dan tingkatan pelayanan terhadap pembeli yang meliputi jaringan distribusi, area, transportasi, dan penyediaan barang yang mudah dijangkau oleh pembeli.

Berdasarkan pendapat dari Halim, dkk (2021:63), Lokasi adalah tempat organisasi memilih untuk menemukan barang atau layanannya sehingga pembeli sasarannya dapat dengan mudah mengaksesnya.

Berdasarkan pendapat dari Bahri (2019:174), Lokasi Organisasi adalah suatu tempat dimana sebuah organisasi melakukan operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya.

Kesimpulan yang dapat disampaikan oleh peneliti terkait dengan Lokasi adalah tempat melayani pembeli, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya dimana penentuannya dapat menjadi strategi utama dalam usaha karena Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha.

2.1.2.2 Indikator Lokasi

Berdasarkan pendapat dari Kurniawan (2018:37), ada beberapa syarat yang harus diperhatikan dalam pemilihan Lokasi yang strategis untuk membuka usaha yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan Riset Pasar

Untuk menentukan Lokasi usaha perlu melakukan riset pasar, tanya tetangga kanan-kiri yang lebih dulu membuka usaha di Lokasi tersebut. Apakah Lokasi dekat dengan kampus atau mal, tanyakan pula kuantitas orang yang lalu lalang didaerah tersebut, kebutuhan apa yang belum tersedia di Lokasi itu dan sebagainya.

2. Area Perdagangan

Lokasi yang dipilih untuk usaha apakah area perdagangan, mal, pasar, ruko atau area perumahan.

3. Akses Jalan

Pertimbangan akses jalan untuk sampai ke Lokasi usaha kita, Lokasi berada diakses jalan utama atau di jalan yang sempit, bagaimana dengan area parkir, bagaimana dengan keamanan parkir.

4. Persaingan

Pilihlah Lokasi usaha yang belum banyak pesaingnya, hal ini akan membuat usaha menjadi pioner di Lokasi tersebut. Tetapi jika di Lokasi tersebut sudah banyak pesaing, organisasi harus lebih kreatif, inovatif dan mempunyai ciri khas pada barang.

5. Kebersihan

Faktor kebersihan juga perlu mendapatkan perhatian. Perhatikan kebersihan lingkungan tersebut, bagaimana dengan pengelolaan sampah, apakah ada pemilahan sampah yang berbahan organik dan anorganik.

2.1.2.3 Karakteristik Lokasi Strategis

Berdasarkan pendapat dari Bahri (2019:181), karakteristik suatu Lokasi yang dikatakan strategis untuk menjalankan usaha memiliki beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan meminimalkan biaya barangsi.
2. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memaksimalkan pendapatan organisasi.
3. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memudahkan proses-proses pengiriman berikut memberi kesempatan kepada organisasi untuk meminimalkan biaya yang diperlukan tanpa mengurangi mutu dan kualitas dari barang ataupun bahan baku barang yang dipindahkan.

2.1.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

Berdasarkan pendapat dari Bahri (2019:179), berikut beberapa faktor yang dapat mempengaruhi suatu organisasi dalam menetapkan Lokasi usahanya yaitu sebagai berikut :

1. Letak pasar
2. Letak sumber bahan baku
3. Ketersediaan tenaga kerja, tenaga listrik dan air
4. Fasilitas pengangkutan, perumahan, pendidikan, perbelanjaan dan telekomunikasi
5. Pelayanan kesehatan, keamanan dan pencegahan kebakaran

6. Peraturan pemerintah setempat
7. Sikap masyarakat
8. Biaya dari tanah dan bangunan
9. Luas tempat parkir
10. Saluran pembuangan
11. Kemungkinan perluasan
12. Lebar jalan

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat dari Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan organisasi dibandingkan ekspektasi pembeli yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pembeli.

Berdasarkan pendapat dari Mutiawati, dkk (2019:7), Kualitas Pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat dari Ismainar (2015:130), Kualitas Pelayanan adalah suatu bentuk penilaian pembeli terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Berdasarkan pendapat dari Sudarso (2016:57), Kualitas Pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan pembeli dengan kinerja aktual pelayanan dan

juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pembeli dalam melakukan pembelian suatu barang.

Berdasarkan pendapat dari Santoso (2019:46), Kualitas Pelayanan adalah bagaimana tanggapan pembeli terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya.

Kesimpulan yang dapat disampaikan oleh peneliti terkait dengan Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara barang atau jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pembelinya.

2.1.3.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat dari Tjiptono dan Chandra (2016:119), mengemukakan beberapa manfaat yang didapatkan apabila sebuah organisasi dapat memaksimalkan kualitas pelayanan diantaranya :

1. Bagi pembeli
 - a. Memuaskan pembeli karena kebutuhan terpenuhi.
 - b. Meningkatkan loyalitas pembeli karena merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang baik.
 - c. Meningkatkan pemasaran barang dan jasa organisasi karena dipercaya sebagai mitra bisnis.
 - d. Meningkatkan pendapatan organisasi karena merasa menemukan organisasi yang profesional.
2. Bagi karyawan
 - a. Lebih percaya diri karena puasnya pembeli.

- b. Terciptanya kepuasan pribadi karena meningkatnya loyalitas pembeli.
 - c. Menambah ketenangan bekerja karena meningkatkannya pemasaran barang dan jasa organisasi.
 - d. Memupuk semangat untuk meniti karir karena meningkatnya pendapatan organisasi.
3. Bagi organisasi
- a. Meningkatkan citra organisasi karena pembeli merasa puas.
 - b. Kelangsungan usaha organisasi terjamin karena loyalitas pembeli meningkat.
 - c. Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan organisasi karena adanya peningkatan pemasaran barang dan jasa organisasi.
 - d. Mendorong kemungkinan ekspansi dan meningkatkan laba organisasi karena pendapatan organisasi meningkat.

2.1.3.3 Alternatif Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat dari Amin (2016:169), upaya memenuhi kebutuhan pembeli dengan cara memberikan berbagai alternatif yaitu terbagi menjadi:

1. Akses
Artinya: pembeli mendapatkan kemudahan untuk memperoleh layanan terutama berkaitan dengan kedekatan lokasi dan cara mendapatkan jasa layanan.
2. Pilihan
Artinya: pihak penyedia layanan dapat memberikan berbagai alternatif pilihan baik menyangkut waktu, biaya maupun cara memperoleh layanan

sehingga pembeli dapat memilih alternatif yang sesuai dengan keinginannya.

3. Informasi

Artinya: pihak penyedia layanan selalu menyediakan informasi baik melalui media elektronik maupun media lainnya sehingga pembeli memiliki kepastian mengenai cara dan kualifikasi barang layanan yang akan didapatkan.

4. Perbaikan

Artinya: pihak penyedia layanan selalu berupaya melakukan perbaikan baik menyangkut cara maupun barang layanan sehingga dalam jangka panjang dapat mengikat pemenuhan kebutuhan pembeli.

5. Keterwakilan

Artinya: pihak penyedia layanan harus mampu menyediakan layanan menjangkau kebutuhan semua lapisan masyarakat sehingga melalui prinsip ini pelayanan dapat diberikan secara adil dan merata.

2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat dari Tjiptono dan Chandra (2019:99), dimensi Kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Reliabilitas

Yaitu kemampuan melayani yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Responsivitas

Yaitu kesediaan karyawan membantu pembeli dan memberikan layanan dengan tanggap.

3. Jaminan

Mencakup hal seperti pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.

4. Empati

Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pembeli.

5. Bukti fisik

Fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Maya Andriani (2020) Jurnal Stindo Profesional, Vol.4, No.1, 2020. ISSN : 2443-0536 Medan	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Pertamina (Studi Pada PT. Pertamina Cemara Asri Medan)	Independen X=Kualitas Pelayanan Dependen Y=Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

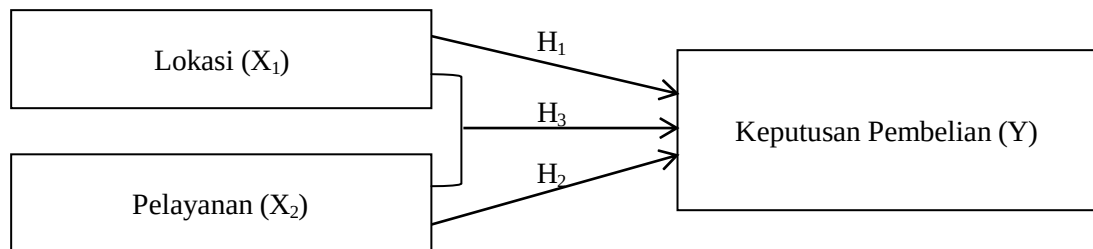
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2	Edy Suryawardana dan Tri Endang Yani (2015) Jurnal Dinamika Sosbud, Vol.17, No.2, 2015. ISSN : 1410-9859 Semarang	Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Semarang	Independen X_1 =Reputasi X_2 =Kualitas Pelayanan X_3 =Kepercayaan Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan reputasi, Kualitas Pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3	Ratna Ekasari, Wulan Purnamasari dan Mukti Ali (2018) Jurnal Ecopreneur Fakultas Ekonomi, Vol.1, No.2, 2018. ISSN : 2615-6237 Surabaya	Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembeli Dalam Membeli BBM di SPBU Coco Mastrip Surabaya	Independen X_1 =Iklan X_2 =Kualitas Pelayanan X_3 =Fasilitas Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan iklan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4	Edy Suryawardana dan Tri Endang Yani (2015) Jurnal Dinamika Sosbud, Vol.17, No.2, 2015. ISSN : 1410-9859 Semarang	Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Semarang	Independen X_1 =Reputasi X_2 =Kualitas Pelayanan X_3 =Kepercayaan Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan reputasi, Kualitas Pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5	Vania Senggetang, Silvy L. Mandey dan Silcyljeova Moniharapon (2019) Jurnal EMBA, Vol.7, No.1, 2019. ISSN : 2303-1174 Manado	Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado	Independen X_1 =Lokasi X_2 =Promosi X_3 =Persepsi Harga Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Lokasi, promosi, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pendapat dari Sudarmanto, dkk (2021:45), kerangka berpikir adalah uraian teoritis yang mempertautkan, menghubungkan serta memperjelas kaitan, pengaruh atau hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya

dalam suatu penelitian berdasarkan teori yang relevan, pendapat ahli maupun hasil penelitian yang mendukung.

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pendapat dari Darwin, dkk (2021:94), uji hipotesis adalah cabang ilmu statistika yang dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

- H₁: Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.
- H₂: Terdapat pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.
- H₃: Terdapat pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Singapore Station yang beralamat di jalan Bridjend Katamso No. 266, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan Juni 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Berdasarkan pendapat Yusuf dan Daris (2019:7), jenis data didefinisikan sebagai pengelompokan data berdasarkan kriteria tertentu seperti berdasarkan sumbernya dan berdasarkan teknik pengumpulan datanya. Jenis data akan sangat menentukan teknik analisis data (pengolahan data) yang akan digunakan.

3.2.2 Sumber Data

Berdasarkan pendapat Syawaluddin (2017:88) terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

Berdasarkan pendapat Arifin (2017:7), populasi merupakan keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda atau suatu yang dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi penelitian.

Berdasarkan pendapat Arifin (2017:7), sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti dianggap mewakili seluruh populasi. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik tertentu sehingga sampel sedapat mungkin mewakili populasi yang disebut teknik *sampling*.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 94.533 pembeli. Setiap harinya Singapore Station kurang lebih memiliki sebanyak 259 pembeli dimana hasil tersebut didapatkan berdasarkan perhitungan dari 94.533 pembeli selama setahun dibagikan dengan 365 hari dalam setahun tersebut. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 94.533 pembeli maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

$$= \frac{94.533}{1+94.533 (10\%^2)}$$

$$= \frac{94.533}{1+94.533 (0,01)}$$

$$= \frac{94.533}{1+945.33}$$

$$= \frac{94.533}{946,33}$$

$$= 100$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 94.533 pembeli dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pembeli. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana pembeli yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan pendapat Mukhtazar (2020:54), definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya

mengukur variabel. Definisi operasional adalah definisi yang rumusannya menggunakan kata-kata yang operasional, sehingga variabel bisa diukur.

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Lokasi (X ₁)	Lokasi adalah tempat pengusaha menentukan letak usaha mereka dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Kurniawan (2018:36)	1. Melakukan riset pasar 2. Area perdagangan 3. Akses jalan 4. Persaingan 5. Kebersihan Kurniawan (2018:37)	Skala <i>Likert</i>
Pelayanan (X ₂)	Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2019:101)	1. Reliabilitas 2. Responsivitas 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik Tjiptono dan Chandra (2019:99)	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Firmansyah (2018:27)	1. Pengenalan masalah 2. Pencari informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian Firmansyah (2019:93)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan pendapat Hermawan (2019:17), studi pustaka adalah bagian dari sebuah karya tulis ilmiah yang membuat pembahasan-pembahasan penelitian terdahulu dan referensi ilmiah yang terkait dengan penelitian yang dijelaskan oleh penulis dalam karya tulis tersebut. Studi pustaka menempati posisi yang tidak kalah penting dari hasil penelitian karena studi pustaka memberikan gambaran awal yang kuat, mengapa sebuah penelitian harus dilakukan dan apa saja penelitian lain yang telah dilakukan.

Berdasarkan pendapat Witdiawati, dkk (2018:39), untuk melengkapi tahapan penggalan dan pengumpulan data maka dilakukan studi dokumen. Salah satu tujuan menggunakan metode studi dokumen dalam pengumpulan data adalah karena dokumen dapat memberikan informasi tentang suatu situasi yang tidak dapat diperoleh melalui wawancara.

Berdasarkan pendapat Herlina (2019:1), dalam setiap penelitian dan riset, data merupakan bagian yang terpenting. Untuk memperoleh dan mengumpulkan data, ada beragam teknik yang bisa dilakukan, salah satunya dengan menggunakan angket atau kuesioner.

Berdasarkan pendapat Yuliawati, dkk (2019:16), skala *Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala *Likert* meletakkan respon dalam suatu kontinum. Berikut ini contoh skala *Likert* dengan 5 pilihan:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju

3. Biasa
4. Setuju
5. Sangat Setuju

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian dari sisa populasi pembeli Singapore Station.

3.6.1 Uji Validitas

Berdasarkan pendapat Fathoroni, dkk (2020:236), uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* diuji dari dua arah dengan signifikansi 0,05. Keputusan uji validitas item responden berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = N-2$ dan taraf signifikan sebesar 5%, maka item pernyataan tersebut dikatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan pendapat Marzuki, dkk (2020:67), umumnya uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner atau hasil wawancara yang

ditujukan untuk memastikan apakah kuesioner atau daftar pertanyaan wawancara dapat diandalkan untuk dapat menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai *Cronbach's Alpha* dimana apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Berdasarkan pendapat Marsam (2020:129), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan pendapat Enterprise (2018:53), salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* $> 0,1$, maka data berdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi secara normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan pendapat Ghodang (2020:47), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pendapat Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada

pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pendapat Riyanto dan Hatmawan (2020:140), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Lokasi (*independent variabel*)

X₂ = Pelayanan (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan pendapat Jaya (2020:100), uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

H₀ Diterima apabila : $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$

H_a Diterima apabila : $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan pendapat Setyadi dan Desmawan (2021:48), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 10\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan pendapat Jaya (2020:101), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Apabila koefisien determinasi sama dengan nol, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga mendekati 1. Dengan demikian, perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Singa Mas Makin Sukses merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengisian bahan bakar minyak dan merupakan stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) Singapore Station. Perusahaan terletak di jalan Bridjend Katamso No. 266 Medan yang berdiri sejak tahun 2008 hingga saat ini sudah menjadi stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) yang ternama di kota Medan. Perusahaan yang didirikan oleh Bapak Hundjaja Tiopan telah menerima banyak penghargaan seperti SPBU terbaik di kota Medan dan perusahaan akan selalu mempertahankan prestasi yang sudah diterima dan juga akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya agar seluruh konsumen dapat selalu merasa puas saat melakukan pengisian bahan bakar. Visi perusahaan adalah menjadi salah satu perusahaan energi berskala Nasional dengan pelayanan terbaik, berkualitas dan responsif dalam pendistribusian BBM. Sedangkan misi perusahaan adalah mengoptimalkan rantai nilai bisnis energi nasional melalui kegiatan perdagangan di seluruh Indonesia, memasarkan produk secara selektif dengan kualitas terbaik dan menciptakan nilai tambah, menyediakan manajemen BBM Solar industri yang terintegrasi, meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan pekerja, dan menyediakan produk bermutu, penyerahan tepat waktu, biaya efisien dan pelayanan yang memuaskan.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

Visi perusahaan adalah memberikan pelayanan yang baik, berkualitas dan responsif bagi pengguna jasa pengangkutan dan pendistribusian BBM.

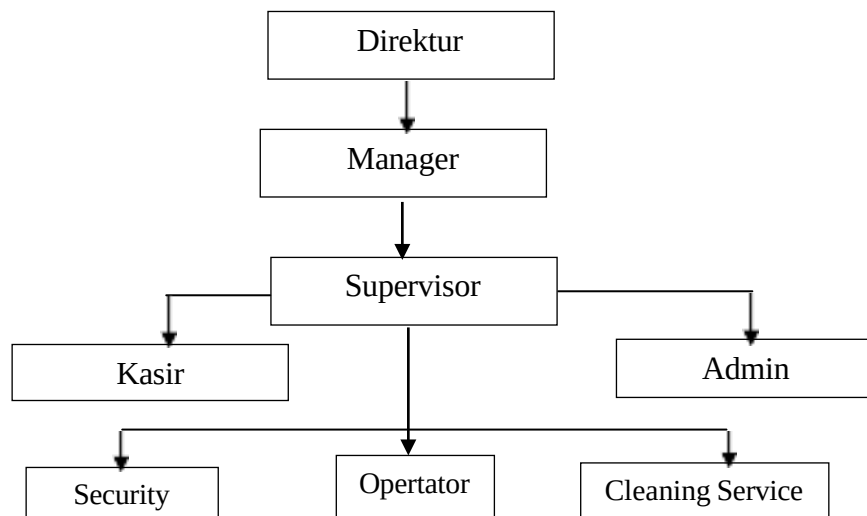
4.1.2.2 Misi

Misi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan rantai nilai bisnis energi nasional melalui kegiatan perdagangan di seluruh Indonesia.
2. Memasarkan produk pada konsumen secara selektif dengan memberikan kualitas terbaik dan menciptakan nilai tambah pada konsumen dan perusahaan.
3. Menyediakan manajemen BBM Solar industri yang terintegrasi.
4. Meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan pekerja.
5. Menyediakan produk yang bermutu, penyerahan tepat waktu, biaya yang efisien dan pelayanan yang memuaskan.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Singa Mas Makin Sukses

Struktur organisasi merupakan gambaran sekelompok orang yang bekerja sama dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dibawah ini merupakan gambaran struktur organisasi PT. Singa Mas Makin Sukses dimana perusahaan ini dipimpin oleh Direktur dengan bantuan dari Manager, Supervisor, Kasir, Admin dan juga para bawahannya. Berikut adalah gambar struktur organisasi perusahaan



Sumber : PT. Singa Mas Makin Sukses 2020

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Singa Mas Makin Sukses

Berikut ini adalah uraian struktur organisasi perusahaan:

1. Direktur: memberikan arahan dan kebijakan kepada para karyawannya.
2. Manajer: melakukan pengawasan terhadap kinerja bawahannya.
3. Supervisor: membantu manajer melakukan pengawasan dilapangan dan memberikan laporan kepada manajer setiap harinya.
4. Kasir: menerima pembayaran dan bertanggung jawab atas keuangan perusahaan termasuk uang masuk dan uang keluar.
5. Admin: melakukan pencatatan atas kegiatan penjualan dan pembelian.
6. *Security*: menjaga keamanan perusahaan
7. Operator: menjadi perantara antara konsumen dengan pihak internal perusahaan.
8. *Cleaning Service*: menjaga kebersihan dalam perusahaan maupun luar perusahaan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen dari perusahaan yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jenis transportasi, dan frekuensi pembelian. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	68	68%
Wanita	32	32%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden laki-laki yang melakukan pembelian pada produk perusahaan adalah sebanyak 68 orang atau 68% dari total responden sedangkan responden wanita yang melakukan pembelian pada produk perusahaan adalah sebanyak 32 orang atau 32% dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan adalah laki-laki.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transportasi

Jenis Transportasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mobil	61	61%
Sepeda Motor	26	26%
Becak	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis transportasi mobil adalah sebanyak 61 orang atau 61% dari total responden. Responden dengan jenis transportasi sepeda motor adalah sebanyak 26 orang atau 26% dari total responden sedangkan responden dengan jenis transportasi becak adalah 3 orang atau 3% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk perusahaan adalah konsumen dengan jenis transportasi mobil.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sekali Seminggu	17	17%
Dua Kali Seminggu	59	59%
Lebih Dari Dua Kali Seminggu	24	24%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang membeli sekali seminggu adalah sebanyak 17 orang atau 17% dari total responden. Responden yang membeli dua kali seminggu sebanyak 59 orang atau 59% dari total responden sedangkan responden yang membeli lebih dari dua kali seminggu sebanyak 24 orang atau 24% dari total responden. Dengan demikian, dominan responden yang membeli pada produk perusahaan adalah konsumen yang membeli dua kali seminggu.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Fathoroni, dkk (2020:236), uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa

yang diukur. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* diuji dari dua arah dengan signifikansi 0,05. Keputusan uji validitas item responden berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = N-2$ dan taraf signifikan sebesar 5%, maka item pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0.361.

Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₁)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Perusahaan memilih lokasi yang strategis untuk memulai usahanya.	0.735	0.361	Valid
2	Lokasi perusahaan diketahui oleh seluruh kalangan masyarakat.	0.767	0.361	Valid
3	Perusahaan memilih lokasi yang berada di area perdagangan.	0.645	0.361	Valid
4	Perusahaan sering dikunjungi oleh konsumen yang membutuhkannya.	0.729	0.361	Valid
5	Akses jalan untuk menuju tempat perusahaan sangat dekat.	0.744	0.361	Valid
6	Perusahaan berada pada lokasi yang terhindar dari kemacetan.	0.806	0.361	Valid
7	Perusahaan berada disekitar lokasi yang ketat akan persaingan.	0.780	0.361	Valid
8	Terdapat berbagai jenis SPBU yang dapat menjadi pesaing perusahaan dilokasi tersebut.	0.755	0.361	Valid
9	Lokasi perusahaan sangat terjaga kebersihannya.	0.640	0.361	Valid
10	Konsumen merasa nyaman ketika berkunjung ke SPBU perusahaan.	0.737	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Lokasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X₂)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Karyawan sangat dapat diandalkan dalam menjaga keselamatan konsumen selama mengisi bahan bakar.	0.726	0.361	Valid
2	Karyawan dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen saat sedang pengisian bahan bakar.	0.670	0.361	Valid
3	Karyawan cepat dalam memberikan respon ketika ditanyakan oleh konsumen.	0.807	0.361	Valid
4	Karyawan memiliki daya tanggap yang baik dalam melayani konsumen.	0.765	0.361	Valid
5	Perusahaan menjaga keamanan setiap konsumen saat pengisian bahan bakar.	0.810	0.361	Valid
6	SPBU melarang berbagai kegiatan yang dapat menyebabkan bahaya bagi konsumen.	0.784	0.361	Valid
7	Karyawan dapat melayani konsumen dengan sangat sopan.	0.738	0.361	Valid
8	Karyawan berkomunikasi dengan ramah saat bertemu dengan konsumen.	0.838	0.361	Valid
9	Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan sangat memadai.	0.713	0.361	Valid
10	Konsumen merasa dimudahkan dengan fasilitas yang ada pada perusahaan.	0.704	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa tabel menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Pelayanan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal

korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Konsumen membutuhkan bahan bakar untuk melaksanakan aktivitas kerjanya.	0.767	0.361	Valid
2	Bahan bakar merupakan kebutuhan setiap masyarakat dalam beraktivitas.	0.631	0.361	Valid
3	Konsumen selalu mencari informasi mengenai SPBU yang terdekat dengannya saat ingin mengisi bahan bakar.	0.661	0.361	Valid
4	Konsumen mencari informasi mengenai SPBU yang dapat memberikan kenyamanan saat pengisian.	0.757	0.361	Valid
5	Konsumen mengevaluasi setiap SPBU sebelum memilih salah satu SPBU.	0.468	0.361	Valid
6	Konsumen memiliki banyak alternatif untuk dievaluasi.	0.682	0.361	Valid
7	Konsumen memutuskan untuk memilih Singapore Station sebagai tempat untuk pengisian bahan bakar.	0.651	0.361	Valid
8	Konsumen memilih Singapore Station setelah melakukan berbagai evaluasi.	0.638	0.361	Valid
9	Konsumen akan kembali mengisi bahan bakar di SPBU Singapore Station ketika melintasinya.	0.642	0.361	Valid
10	Konsumen menjadi setia terhadap SPBU Singapore Station	0.655	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Marzuki, dkk (2020:67), umumnya uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner atau hasil wawancara yang ditujukan untuk memastikan apakah kuesioner atau daftar pertanyaan wawancara dapat diandalkan untuk dapat menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai *Cronbach's Alpha* dimana apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.

Hasil uji reliabilitas variabel Lokasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir *item* untuk variabel Lokasi (X_1) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,915	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa butir *item* untuk variabel Pelayanan (X_2) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasill uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,852	10

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa butir *item* untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

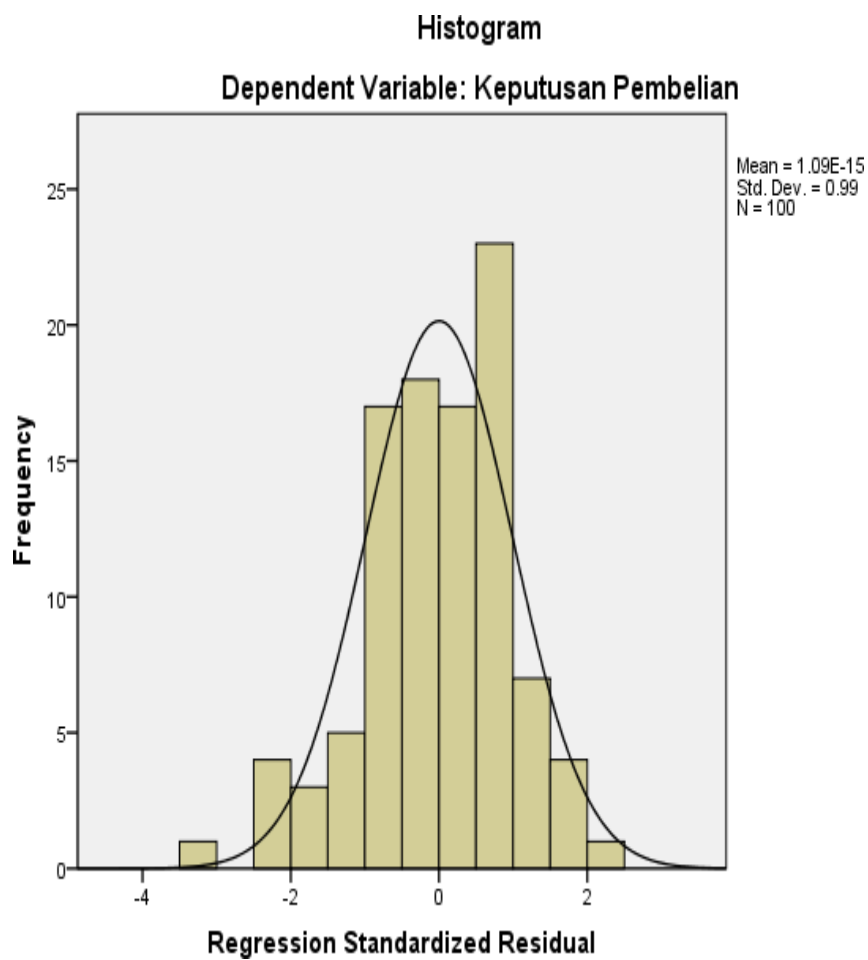
4.2.3.1 Uji Normalitas

Menurut Marsam (2020:129), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Enterprise (2018:53), salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* $> 0,1$, maka data berdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* $< 0,1$, maka data tidak berdistribusi secara normal.

Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

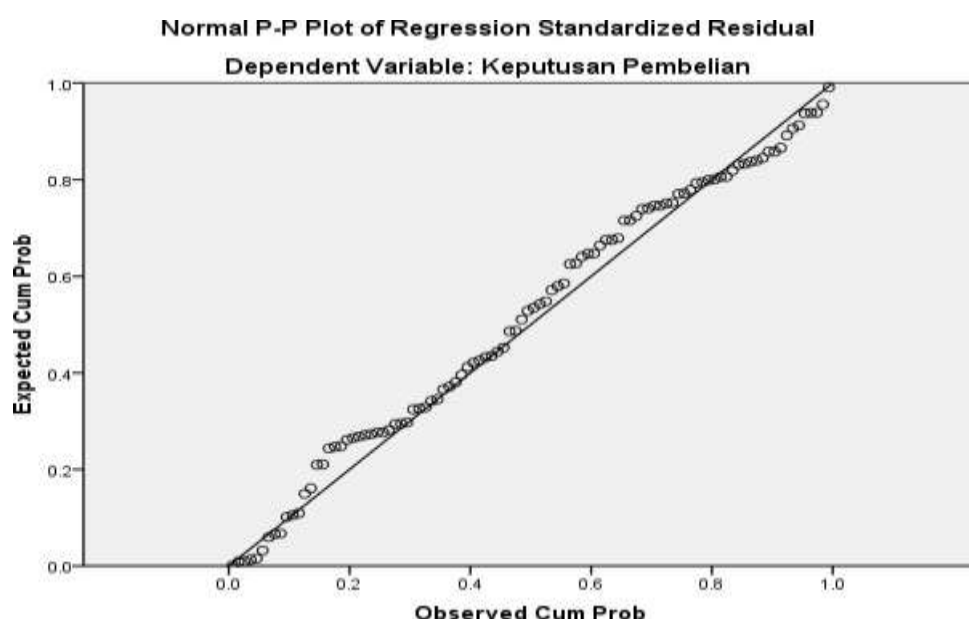


Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Normal Probability Plot of Regression

Pada Gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44295628
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.052
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,523 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghodang (2020:47), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusannya:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	.677	1.476
Pelayanan	.677	1.476

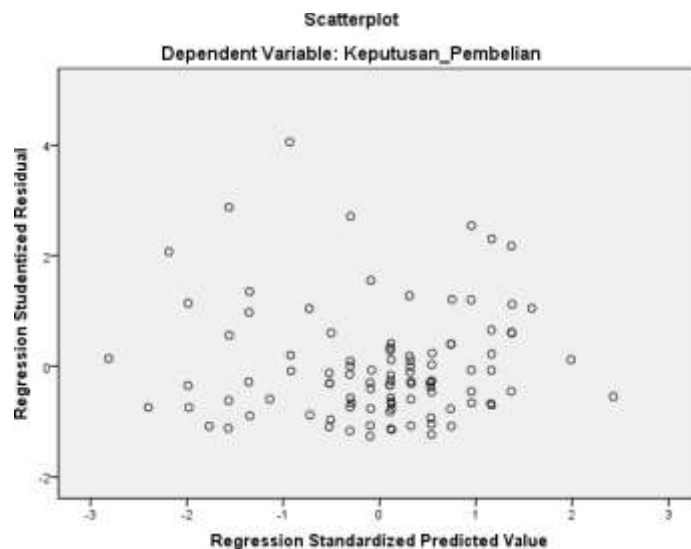
a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Lokasi dan Pelayanan mempunyai nilai *tolerance* (0,677) > 0,10 dan nilai VIF (1,476) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dan Pelayanan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot

Pada Gambar 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:140), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen

pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for The Social Science (SPSS)*:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Lokasi (*independent variabel*)

X₂ = Pelayanan (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	17.717	2.867
Lokasi	.348	.089
Pelayanan	.194	.084

Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.12 diatas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 17,717 + 0,348 \text{ Lokasi} + 0,194 \text{ Pelayanan} + e$$

Berdasarkan pada persamaan diatas maka dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 17,717 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X₁) yaitu Lokasi dan variabel (X₂) yaitu Pelayanan bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 17,717.

2. Koefisien $X_1(b_1) = 0,348$ menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,348. Artinya setiap peningkatan Lokasi (X_1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 34,8%.
3. Koefisien $X_2(b_2) = 0,194$ menunjukkan bahwa variabel Pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,194. Artinya setiap peningkatan Pelayanan (X_2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 19,4%.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Jaya (2020:100), uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Lokasi ; Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Lokasi ; Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - k = 100 - 3 = 97$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 97 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,984. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	6.180	.000
Lokasi	3.912	.000
Pelayanan	2.301	.024

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

1. Pada variabel Lokasi (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3,912) > t_{tabel} (1,984) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.
2. Pada variabel Pelayanan (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,301) > t_{tabel} (1,984) dengan tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara

parsial antara Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Setyadi dan Desmawan (2021:48), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 10\%$. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Lokasi dan Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Lokasi dan Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 100 - 3 = 97$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 97, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,09. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	550.499	2	275.250	22.751	.000 ^a
Residual	1173.541	97	12.098		
Total	1724.040	99			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (22,751) > F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Jaya (2020:101), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Apabila koefisien determinasi sama dengan nol, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga mendekati 1. Dengan demikian, perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.305	3.478

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,305 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Pelayanan sebesar 30,5% sedangkan sisanya 69,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, periklanan, potongan harga, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai t_{hitung} (3,912) > t_{tabel} (1,984) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Senggetang, dkk (2019) dengan judul Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pembeli Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado dimana secara parsial maupun simultan Lokasi, promosi, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai t_{hitung} (2,301) > t_{tabel} (1,984) dengan tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani (2020) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Pertamina (Studi Pada PT. Pertamina Cemara Asri Medan) dimana secara parsial maupun simultan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa nilai F_{hitung} (22,751) $>$ F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,305 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Pelayanan sebesar 30,5% sedangkan sisanya 69,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, periklanan, potongan harga, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekasari, dkk (2018) dengan judul Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembeli Dalam Membeli BBM di SPBU Coco 51.601108 Mastrip Surabaya dimana secara parsial maupun simultan iklan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Lokasi (X_1) dan Pelayanan (X_2) tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Lokasi (X_1) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 34,8%. Setiap peningkatan Pelayanan (X_2) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 19,4%..
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (3,912) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (2,301) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (22,751) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses.

5. Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,305 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Pelayanan sebesar 30,5% sedangkan sisanya 69,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, periklanan, potongan harga, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. PT. Singa Mas Makin Sukses Medan harus mempertahankan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian:
 - a. PT. Singa Mas Makin Sukses disarankan dapat menyediakan lokasi yang bersih dan nyaman bagi para konsumennya agar konsumen dapat sering kembali untuk melakukan pembelian secara rutin.
 - b. PT. Singa Mas Makin Sukses disarankan dapat menyediakan lokasi yang luas agar tidak terjadi kemacetan karena adanya antrian yang panjang atau menambah jumlah tempat pengisian dan memaksimalkan penggunaan mesin pengisian yang tidak terpakai.
2. Pelayanan pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - a. PT. Singa Mas Makin Sukses disarankan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen agar konsumen merasa nyaman saat melakukan pengisian bahan bakar.

- b. PT. Singa Mas Makin Sukses disarankan dapat memberikan pelatihan kepada karyawan baru agar lebih baik karena masih adanya karyawan yang belum dapat memberikan pelayanan yang maksimal untuk para konsumen sehingga masih ada konsumen yang merasa kecewa atas pelayanan tersebut.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada PT. Singa Mas Makin Sukses Medan selain variabel Lokasi dan Pelayanan.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh SPBU yang ada di kota Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 97 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.

- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.

- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR DI
PT. SINGA MAS MAKIN SUKSES (STUDI
KASUS PADA SPBU SINGAPORE
STATION KATAMSO MEDAN)**

Responden yang terhormat,
Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin: () Laki-Laki
() Perempuan

Jenis Transportasi:

() Mobil

() Sepeda Motor

() Becak

Frekuensi Pembelian: () Sekali Seminggu
() Dua Kali Seminggu
() Lebih Dari Dua Kali Seminggu

II. Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda. Keterangan mengenai skor penilaian adalah:

SS	= Sangat Setuju	= Skor 5
S	= Setuju	= Skor 4
RR	= Ragu-Ragu	= Skor 3
TS	= Tidak Setuju	= Skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	= Skor 1

Variabel X₁ (Lokasi)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Melakukan Riset Pasar						
1	Perusahaan memilih lokasi yang strategis untuk memulai usahanya.					
2	Lokasi perusahaan diketahui oleh seluruh kalangan masyarakat.					
Area Perdagangan						
3	Perusahaan memilih lokasi yang berada di area perdagangan.					
4	Perusahaan sering dikunjungi oleh konsumen yang membutuhkannya.					
Akses Jalan						
5	Akses jalan untuk menuju tempat perusahaan sangat dekat.					
6	Perusahaan berada pada lokasi yang terhindar dari kemacetan.					
Persaingan						
7	Perusahaan berada disekitar lokasi yang ketat akan persaingan.					
8	Terdapat berbagai jenis SPBU yang dapat menjadi pesaing perusahaan dilokasi tersebut.					
Kebersihan						
9	Lokasi perusahaan sangat terjaga kebersihannya.					
10	Konsumen merasa nyaman ketika berkunjung ke SPBU perusahaan.					

Variabel X₂ (Pelayanan)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Reliabilitas						
1	Karyawan sangat dapat diandalkan dalam menjaga keselamatan konsumen selama mengisi bahan bakar.					
2	Karyawan dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen saat sedang pengisian bahan bakar.					
Responsivitas						
3	Karyawan cepat dalam memberikan respon ketika ditanyakan oleh konsumen.					
4	Karyawan memiliki daya tanggap yang baik dalam melayani konsumen.					
Jaminan						
5	Perusahaan menjaga keamanan setiap konsumen saat pengisian bahan bakar.					
6	SPBU melarang berbagai kegiatan yang dapat menyebabkan bahaya bagi konsumen.					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Empati						
7	Karyawan dapat melayani konsumen dengan sangat sopan.					
8	Karyawan berkomunikasi dengan ramah saat bertemu dengan konsumen.					
Bukti Fisik						
9	Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan sangat memadai.					
10	Konsumen merasa dimudahkan dengan fasilitas yang ada pada perusahaan.					

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1	Konsumen membutuhkan bahan bakar untuk melaksanakan aktivitas kerjanya.					
2	Bahan bakar merupakan kebutuhan setiap masyarakat dalam beraktivitas.					
Pencari Informasi						
3	Konsumen selalu mencari informasi mengenai SPBU yang terdekat dengannya saat ingin mengisi bahan bakar.					
4	Konsumen mencari informasi mengenai SPBU yang dapat memberikan kenyamanan saat pengisian.					
Evaluasi Alternatif						
5	Konsumen mengevaluasi setiap SPBU sebelum memilih salah satu SPBU.					
6	Konsumen memiliki banyak alternatif untuk dievaluasi.					
Keputusan Pembelian						
7	Konsumen memutuskan untuk memilih Singapore Station sebagai tempat untuk pengisian bahan bakar.					
8	Konsumen memilih Singapore Station setelah melakukan berbagai evaluasi.					
Perilaku Pasca Pembelian						
9	Konsumen akan kembali mengisi bahan bakar di SPBU Singapore Station ketika melintasinya.					
10	Konsumen menjadi setia terhadap SPBU Singapore Station					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No	Lokasi										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	3	2	4	1	3	4	2	3	1	3	26
2	1	1	2	3	3	3	1	3	3	4	24
3	2	4	5	5	3	4	2	3	4	3	35
4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	4	37
5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	33
6	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	34
7	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	31
8	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32
9	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	30
10	3	4	3	4	4	5	4	3	5	5	40
11	3	3	3	4	5	4	4	2	4	3	35
12	4	2	4	2	3	4	4	3	5	4	35
13	3	4	3	4	5	5	3	4	4	5	40
14	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	15
15	2	4	5	3	4	3	4	4	4	5	38
16	5	5	3	4	4	5	4	3	5	4	42
17	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	13
18	3	4	5	4	5	5	3	3	2	4	38
19	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	13
20	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	40
21	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	34
22	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	32
23	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	35
24	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
25	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	34
26	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
27	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	30
28	3	3	5	5	3	4	5	4	4	3	39
29	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	32
30	3	4	4	3	3	4	5	4	3	2	35

No	Pelayanan										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	45
2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	32
3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	40
4	2	3	5	5	5	3	3	3	3	3	35
5	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	39
6	5	3	3	5	4	5	5	5	3	5	43
7	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	31
8	5	2	4	4	4	4	3	4	4	3	37
9	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	32
10	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	41
11	5	5	5	4	3	2	4	5	3	5	41
12	3	4	4	3	5	3	3	4	5	5	39
13	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	37
14	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	13
15	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	33
16	2	3	3	4	3	3	3	3	2	5	31
17	4	3	4	5	4	5	5	5	5	3	43
18	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	38
19	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	13
20	5	2	2	3	3	3	2	3	3	3	29
21	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	15
22	5	4	3	5	5	5	3	3	3	4	40
23	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	42
24	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	38
25	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3	41
26	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
27	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
28	5	3	3	4	4	4	4	4	3	5	39
29	5	4	5	2	3	4	4	4	3	5	39
30	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	39

No	Keputusan Pembelian										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	2	1	1	3	1	3	2	4	2	1	20
2	5	2	5	3	4	3	1	5	2	2	32
3	2	5	3	5	4	4	3	2	3	3	34
4	2	3	4	4	3	3	4	2	5	2	32
5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	43
6	4	4	2	3	5	3	5	5	3	3	37
7	2	2	5	4	3	4	4	4	4	5	37
8	2	2	2	3	3	2	3	3	3	1	24
9	3	2	5	4	3	5	2	3	5	2	34
10	3	2	3	3	1	3	2	3	3	5	28
11	1	2	2	2	1	2	5	1	3	3	22
12	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	13
13	5	3	5	3	1	4	5	5	5	5	41
14	2	2	3	2	1	1	3	3	3	4	24
15	4	2	3	3	4	3	4	4	5	5	37
16	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	34
17	3	3	3	3	4	1	4	4	3	3	31
18	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	13
19	2	2	4	2	3	3	3	4	4	1	28
20	4	2	4	2	2	4	1	4	3	1	27
21	5	4	3	5	2	4	5	5	2	3	38
22	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	32
23	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
24	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	13
25	3	4	4	5	1	5	4	4	4	4	38
26	1	3	4	1	1	3	1	2	2	3	21
27	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	14
28	3	3	4	5	2	3	1	1	1	4	27
29	3	5	5	4	1	1	1	3	2	4	29
30	4	4	3	5	3	3	1	3	1	3	30

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X₁)

Correlations											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
P1 Pearson Correlation	1	.573**	.366*	.319	.538**	.563**	.605**	.548**	.465**	.453*	.735**
Sig. (2-tailed)		.001	.047	.086	.002	.001	.000	.002	.010	.012	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.573**	1	.485**	.550**	.565**	.580**	.556**	.467**	.402*	.448*	.767**
Sig. (2-tailed)	.001		.007	.002	.001	.001	.001	.009	.028	.013	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.366*	.485**	1	.408*	.321	.532**	.521**	.520**	.139	.424*	.645**
Sig. (2-tailed)	.047	.007		.025	.084	.002	.003	.003	.465	.020	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.319	.550**	.408*	1	.489**	.572**	.527**	.500**	.543**	.400*	.729**
Sig. (2-tailed)	.086	.002	.025		.006	.001	.003	.005	.002	.029	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.538**	.565**	.321	.489**	1	.652**	.441*	.504**	.402*	.576**	.744**
Sig. (2-tailed)	.002	.001	.084	.006		.000	.015	.004	.028	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.563**	.580**	.532**	.572**	.652**	1	.527**	.446*	.422*	.638**	.806**
Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002	.001	.000		.003	.014	.020	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.605**	.556**	.521**	.527**	.441*	.527**	1	.596**	.455*	.431*	.780**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.003	.015	.003		.001	.012	.017	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.548**	.467**	.520**	.500**	.504**	.446*	.596**	1	.410*	.580**	.755**
Sig. (2-tailed)	.002	.009	.003	.005	.004	.014	.001		.025	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	.465**	.402*	.139	.543**	.402*	.422*	.455*	.410*	1	.483**	.640**
Sig. (2-tailed)	.010	.028	.465	.002	.028	.020	.012	.025		.007	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10 Pearson Correlation	.453*	.448*	.424*	.400*	.576**	.638**	.431*	.580**	.483**	1	.737**
Sig. (2-tailed)	.012	.013	.020	.029	.001	.000	.017	.001	.007		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Pearson Correlation	.735**	.767**	.645**	.729**	.744**	.806**	.780**	.755**	.640**	.737**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	10

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Pelayanan (X₂)

		Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.427*	.429*	.496**	.493**	.613**	.417*	.572**	.446*	.513**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.018	.018	.005	.006	.000	.022	.001	.014	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.427*	1	.722**	.382*	.438*	.334	.472**	.446*	.423*	.502**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.037	.015	.071	.008	.013	.020	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.429*	.722**	1	.520**	.638**	.486**	.584**	.634**	.511**	.591**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.003	.000	.007	.001	.000	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.496**	.382*	.520**	1	.760**	.707**	.452*	.556**	.450*	.467**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.005	.037	.003		.000	.000	.012	.001	.012	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.493**	.438*	.638**	.760**	1	.717**	.441*	.553**	.582**	.512**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.006	.015	.000	.000		.000	.015	.002	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.613**	.334	.486**	.707**	.717**	1	.498**	.565**	.595**	.435*	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.071	.007	.000	.000		.005	.001	.001	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.417*	.472**	.584**	.452*	.441*	.498**	1	.808**	.524**	.383*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.022	.008	.001	.012	.015	.005		.000	.003	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.572**	.446*	.634**	.556**	.553**	.565**	.808**	1	.614**	.551**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.000	.001	.002	.001	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.446*	.423*	.511**	.450*	.582**	.595**	.524**	.614**	1	.298	.713**
	Sig. (2-tailed)	.014	.020	.004	.012	.001	.001	.003	.000		.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.513**	.502**	.591**	.467**	.512**	.435*	.383*	.551**	.298	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.001	.009	.004	.016	.037	.002	.109		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.726**	.670**	.807**	.765**	.810**	.784**	.738**	.838**	.713**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	10

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.472**	.484**	.556**	.404*	.467**	.303	.668**	.273	.424*	.767**
	Sig. (2-tailed)		.008	.007	.001	.027	.009	.104	.000	.145	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.472**	1	.361	.681**	.323	.289	.301	.178	.089	.460*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.008		.050	.000	.081	.121	.105	.347	.641	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.484**	.361	1	.472**	.102	.531**	.120	.336	.490**	.479**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.007	.050		.008	.593	.003	.529	.070	.006	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.556**	.681**	.472**	1	.328	.562**	.347	.282	.249	.487**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.008		.076	.001	.060	.131	.185	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.404*	.323	.102	.328	1	.144	.267	.288	.259	.003	.468**
	Sig. (2-tailed)	.027	.081	.593	.076		.447	.153	.122	.167	.986	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.467**	.289	.531**	.562**	.144	1	.322	.403*	.478**	.312	.682**
	Sig. (2-tailed)	.009	.121	.003	.001	.447		.083	.027	.007	.094	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.303	.301	.120	.347	.267	.322	1	.434*	.637**	.448*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.104	.105	.529	.060	.153	.083		.017	.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.668**	.178	.336	.282	.288	.403*	.434*	1	.359	.249	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.347	.070	.131	.122	.027	.017		.051	.184	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.273	.089	.490**	.249	.259	.478**	.637**	.359	1	.355	.642**
	Sig. (2-tailed)	.145	.641	.006	.185	.167	.007	.000	.051		.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.424*	.460*	.479**	.487**	.003	.312	.448*	.249	.355	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.020	.011	.007	.006	.986	.094	.013	.184	.054		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.767**	.631**	.661**	.757**	.468**	.682**	.651**	.638**	.642**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	10

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Lokasi										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	2	4	2	5	2	4	3	5	5	5	37
2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	28
3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	4	28
4	3	2	3	2	2	3	2	4	3	5	29
5	3	2	2	2	2	4	2	2	5	5	29
6	3	3	4	2	2	2	2	2	1	1	22
7	2	2	5	2	2	3	2	3	5	5	31
8	3	2	3	3	1	3	1	2	5	5	28
9	2	2	2	2	1	3	1	2	5	5	25
10	1	4	3	2	2	3	2	5	3	4	29
11	2	3	2	2	2	2	2	2	4	5	26
12	2	2	3	2	2	2	2	2	5	4	26
13	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	24
14	4	4	2	2	3	2	3	3	3	3	29
15	3	1	4	3	1	2	1	2	5	4	26
16	3	5	4	2	4	3	4	4	4	3	36
17	3	2	4	2	2	2	2	3	4	4	28
18	3	2	2	4	2	2	2	2	5	3	27
19	4	2	2	3	4	4	4	4	5	5	37
20	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	34
21	3	3	2	4	4	2	4	3	4	4	33
22	3	3	5	4	4	3	4	4	2	5	37
23	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	36
24	4	4	3	3	4	2	4	2	5	4	35
25	3	4	5	3	4	3	4	3	3	5	37
26	3	5	4	2	5	3	5	5	5	5	42
27	3	5	3	2	4	3	4	5	4	4	37
28	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
29	3	3	3	3	5	3	5	3	3	4	35
30	5	5	4	3	4	2	4	2	2	5	36
31	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	41
32	3	3	5	5	5	3	5	3	5	3	40
33	5	3	4	5	5	3	5	4	4	4	42
34	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	41

35	5	3	4	3	5	4	5	4	3	3	39
36	4	5	3	4	4	4	5	4	3	2	38
37	1	5	4	5	5	3	4	3	4	3	37
38	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	38
39	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
40	2	4	5	3	3	4	4	4	4	3	36
41	3	4	3	4	4	2	4	2	5	3	34
42	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	45
43	2	3	4	3	3	4	4	4	5	4	36
44	2	4	4	4	3	5	5	4	4	4	39
45	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	41
46	3	5	3	3	4	4	3	4	1	3	33
47	3	4	1	3	4	5	2	5	5	4	36
48	2	3	2	4	2	4	3	4	4	3	31
49	2	3	3	4	1	5	2	5	5	5	35
50	2	5	2	5	3	4	3	5	3	4	36
51	2	2	2	4	4	4	3	3	4	3	31
52	4	5	5	4	3	5	3	5	5	3	42
53	4	4	3	3	2	4	2	4	5	5	36
54	3	4	5	4	5	5	3	5	4	4	42
55	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	39
56	5	5	4	4	3	5	3	5	4	4	42
57	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	41
58	5	3	3	4	5	3	3	3	5	4	38
59	4	3	2	4	2	5	5	3	4	4	36
60	4	3	3	5	3	4	3	5	4	4	38
61	4	3	4	3	5	4	5	3	3	4	38
62	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	30
63	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	40
64	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	43
65	5	5	3	4	3	2	5	4	5	5	41
66	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	40
67	4	3	4	4	5	3	5	2	4	4	38
68	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	38
69	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	35
70	4	5	3	4	4	3	3	4	3	4	37
71	3	3	3	3	3	4	3	3	4	5	34

72	3	5	3	4	3	4	4	3	5	5	39
73	3	3	3	3	3	5	4	3	2	4	33
74	3	3	3	3	2	4	4	4	2	5	33
75	3	3	3	3	3	3	2	3	4	5	32
76	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	34
77	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	36
78	2	4	3	5	3	4	4	3	3	3	34
79	3	4	4	3	3	4	3	3	3	5	35
80	4	3	4	3	4	3	4	2	4	5	36
81	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	36
82	3	3	3	4	3	3	5	3	5	1	33
83	4	3	4	3	4	3	5	3	5	4	38
84	5	3	4	3	5	2	3	3	5	5	38
85	2	4	4	3	3	4	3	3	5	3	34
86	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	37
87	3	3	3	5	4	5	3	4	5	5	40
88	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	34
89	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	34
90	5	4	3	3	5	4	3	3	2	3	35
91	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
92	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	35
93	3	3	4	4	4	4	3	5	5	4	39
94	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	36
95	3	3	4	3	5	3	4	3	4	5	37
96	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	38
97	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40
98	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5	36
99	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
100	3	3	5	3	5	5	4	4	5	4	41

No	Pelayanan										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	2	4	2	3	3	2	2	2	3	27
2	2	3	4	3	2	3	3	1	2	1	24
3	2	2	3	3	2	3	2	5	2	4	28
4	2	4	2	3	3	2	5	2	2	1	26
5	2	3	4	4	5	2	2	2	3	2	29
6	2	4	2	3	4	5	4	3	2	2	31
7	2	4	4	3	3	3	3	5	2	4	33
8	3	1	3	2	4	3	5	3	2	4	30
9	2	4	3	2	5	3	3	3	3	3	31
10	2	5	2	2	4	5	3	2	5	3	33
11	3	2	2	3	4	5	5	3	2	2	31
12	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	24
13	2	2	3	2	4	2	3	3	2	4	27
14	4	4	5	5	2	4	2	3	3	3	35
15	2	1	1	5	2	3	3	2	3	2	24
16	2	4	3	3	2	3	2	5	2	4	30
17	3	4	5	4	3	2	2	2	2	4	31
18	5	3	3	4	2	2	4	2	2	4	31
19	2	5	5	4	3	2	2	2	2	3	30
20	1	1	4	4	3	4	4	4	4	3	32
21	2	1	4	3	3	4	3	3	4	3	30
22	2	5	4	4	3	4	5	1	4	1	33
23	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	33
24	3	1	5	2	5	3	4	4	5	4	36
25	5	4	5	4	3	3	3	4	3	3	37
26	5	2	5	3	3	4	3	3	3	4	35
27	5	1	5	2	2	4	2	4	4	3	32
28	3	4	3	4	2	3	4	5	4	5	37
29	5	4	3	4	3	2	3	3	5	5	37
30	5	4	5	3	4	3	2	3	5	2	36
31	5	3	5	4	5	4	4	3	4	3	40
32	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	39
33	5	3	4	4	2	5	3	5	4	2	37
34	4	2	4	1	5	4	4	4	5	4	37

35	4	3	4	2	3	4	5	4	4	5	38
36	5	4	4	4	4	5	3	5	4	2	40
37	5	1	4	2	3	5	1	1	3	1	26
38	4	3	5	3	5	4	5	5	3	3	40
39	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4	41
40	2	4	5	4	2	4	4	5	2	5	37
41	4	4	5	4	5	5	3	4	5	3	42
42	5	4	4	5	2	4	1	3	1	3	32
43	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	43
44	5	1	4	2	5	4	3	5	5	2	36
45	5	3	5	5	3	4	4	5	3	2	39
46	4	3	4	3	5	4	5	2	3	4	37
47	5	3	5	3	5	4	3	4	3	5	40
48	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	42
49	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	44
50	5	5	2	5	4	4	5	4	5	3	42
51	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	39
52	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	41
53	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	41
54	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	43
55	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
56	4	5	3	5	4	2	4	3	5	3	38
57	3	5	2	3	5	3	5	1	5	1	33
58	4	4	3	5	5	3	4	4	5	5	42
59	3	4	3	5	5	3	4	3	5	3	38
60	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	41
61	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	45
62	5	3	4	4	3	5	3	2	3	2	34
63	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	38
64	4	4	3	5	4	3	5	4	4	3	39
65	4	5	4	4	4	3	3	3	3	5	38
66	3	4	3	3	4	5	3	4	2	4	35
67	4	3	5	2	3	5	4	4	5	5	40
68	4	3	4	2	4	4	3	5	4	3	36
69	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	34
70	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	39
71	2	3	4	4	5	3	5	2	4	3	35

72	3	4	3	4	4	5	3	3	3	4	36
73	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	28
74	3	3	2	3	4	2	4	3	4	2	30
75	3	2	2	1	4	3	4	3	4	2	28
76	4	2	4	4	3	4	2	4	4	3	34
77	3	2	4	4	3	4	2	3	4	3	32
78	4	5	4	4	1	4	1	2	4	1	30
79	3	3	2	4	4	1	5	4	3	3	32
80	4	3	2	4	2	1	4	3	4	3	30
81	3	2	2	5	4	2	4	4	2	2	30
82	3	4	4	3	2	4	1	2	4	1	28
83	3	2	4	3	1	4	2	3	4	4	30
84	3	3	3	5	3	4	3	4	3	5	36
85	4	3	5	4	3	2	5	4	4	3	37
86	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	36
87	3	3	4	2	4	4	4	4	4	5	37
88	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	34
89	3	4	3	5	3	3	3	5	4	3	36
90	3	4	3	5	4	3	4	3	3	4	36
91	4	4	3	4	5	3	4	2	3	1	33
92	4	1	3	2	4	4	3	3	3	4	31
93	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	33
94	3	4	4	4	3	4	4	2	4	5	37
95	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	36
96	4	3	4	5	5	2	5	4	4	4	40
97	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	41
98	4	3	3	5	5	3	5	3	3	3	37
99	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	47
100	3	3	5	3	5	5	3	4	3	5	39

No	Keputusan Pembelian										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	2	4	3	4	5	4	4	4	39
2	3	5	3	3	2	3	2	4	3	4	32
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	34
4	4	2	3	2	3	3	4	4	3	3	31
5	3	2	4	2	3	5	1	2	4	3	29
6	3	3	2	3	2	4	3	3	2	4	29
7	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	24
8	3	2	2	2	2	1	3	2	5	3	25
9	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	26
10	1	2	4	2	5	4	1	2	4	4	29
11	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
12	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
13	2	4	3	4	3	4	2	3	4	3	32
14	3	4	4	4	2	3	3	3	3	5	34
15	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	33
16	2	5	2	5	4	3	2	5	3	4	35
17	2	5	3	4	3	5	2	5	4	4	37
18	2	5	2	3	3	3	2	5	4	4	33
19	2	5	4	5	3	4	2	5	5	4	39
20	3	5	4	5	3	4	3	2	3	4	36
21	3	5	5	5	2	4	3	2	3	5	37
22	5	5	4	5	3	3	5	2	3	5	40
23	5	5	3	5	5	3	5	3	3	3	40
24	4	5	3	5	2	4	4	4	3	4	38
25	5	3	5	2	5	4	3	3	5	5	40
26	5	2	5	2	5	5	2	3	4	4	37
27	4	3	5	3	5	3	2	1	4	4	34
28	5	2	4	2	4	5	4	4	3	4	37
29	5	5	3	5	4	5	5	5	3	3	43
30	5	2	3	2	4	4	5	2	3	5	35
31	5	2	4	2	3	3	5	2	3	3	32
32	5	2	2	2	3	4	5	2	3	3	31
33	5	2	5	2	3	2	5	2	3	3	32
34	3	5	5	5	5	4	5	4	3	3	42

35	5	5	4	5	4	3	3	2	4	3	38
36	4	5	5	5	5	3	5	3	3	3	41
37	4	5	5	5	3	4	5	3	5	2	41
38	5	4	4	3	4	4	5	4	3	3	39
39	5	3	4	3	4	4	5	4	5	4	41
40	5	4	4	3	3	2	5	2	5	3	36
41	5	4	5	3	5	3	5	3	3	3	39
42	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	43
43	5	5	4	5	3	4	3	4	3	3	39
44	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	42
45	5	5	5	5	5	5	4	4	1	4	43
46	5	3	4	3	4	4	5	4	2	3	37
47	5	3	4	3	3	5	5	5	5	3	41
48	4	5	5	4	2	4	4	5	2	4	39
49	4	3	5	4	5	5	4	5	2	4	41
50	4	3	4	2	5	5	5	4	2	3	37
51	4	5	4	3	3	5	4	5	2	4	39
52	4	3	4	5	3	4	5	4	1	3	36
53	4	3	4	5	4	5	4	4	1	3	37
54	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	46
55	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	45
56	5	4	5	4	3	5	5	5	3	5	44
57	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	40
58	5	4	3	4	5	3	5	4	4	5	42
59	2	3	3	4	3	4	4	5	3	3	34
60	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	37
61	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	43
62	3	3	3	5	1	5	3	3	5	5	36
63	3	4	2	5	3	5	4	3	5	3	37
64	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	35
65	4	3	3	3	4	3	4	3	3	5	35
66	4	2	4	3	3	5	2	4	3	3	33
67	4	5	4	3	4	5	5	3	3	5	41
68	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	37
69	4	2	4	5	5	4	2	4	3	3	36
70	4	4	2	4	2	4	5	3	5	3	36
71	4	3	4	3	4	3	5	4	4	5	39

72	4	4	5	3	5	4	4	3	5	5	42
73	3	4	3	5	5	3	4	3	3	2	35
74	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	37
75	3	5	4	3	3	5	2	4	5	5	39
76	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	39
77	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	33
78	3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	33
79	4	2	3	3	4	3	4	3	3	5	34
80	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34
81	3	2	2	5	3	5	4	4	3	3	34
82	5	5	4	3	3	3	4	4	4	2	37
83	4	5	3	5	3	3	4	3	4	5	39
84	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	40
85	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	45
86	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
87	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	36
88	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	35
89	4	3	3	4	4	3	4	5	5	3	38
90	3	3	4	3	3	4	4	5	4	2	35
91	4	3	3	2	4	5	4	4	4	3	36
92	3	3	4	3	3	5	3	4	5	3	36
93	3	3	3	4	4	5	3	5	5	4	39
94	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	39
95	2	4	5	4	3	4	3	4	5	3	37
96	4	2	4	4	4	3	4	3	5	5	38
97	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	38
98	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	35
99	5	3	5	4	5	3	5	3	5	3	41
100	3	4	5	3	3	3	4	4	4	5	38

Lampiran 10 : Hasil Output Penelitian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.305	3.478

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	550.499	2	275.250	22.751	.000 ^a
Residual	1173.541	97	12.098		
Total	1724.040	99			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	17.717	2.867		6.180	.000		
Lokasi	.348	.089	.398	3.912	.000	.677	1.476
Kualitas Pelayanan	.194	.084	.234	2.301	.024	.677	1.476

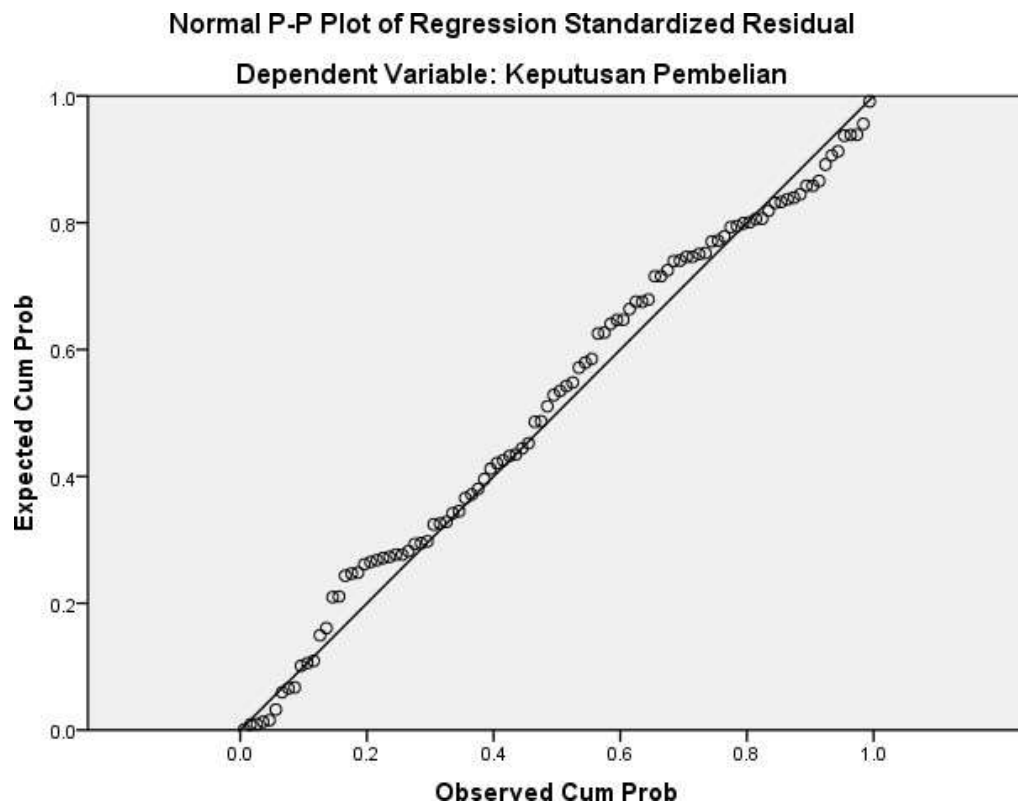
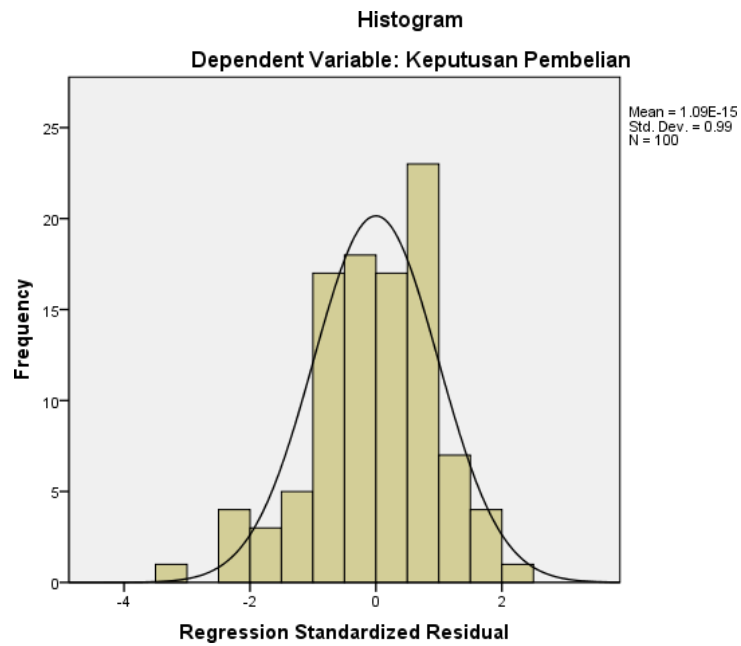
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44295628
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.052
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523

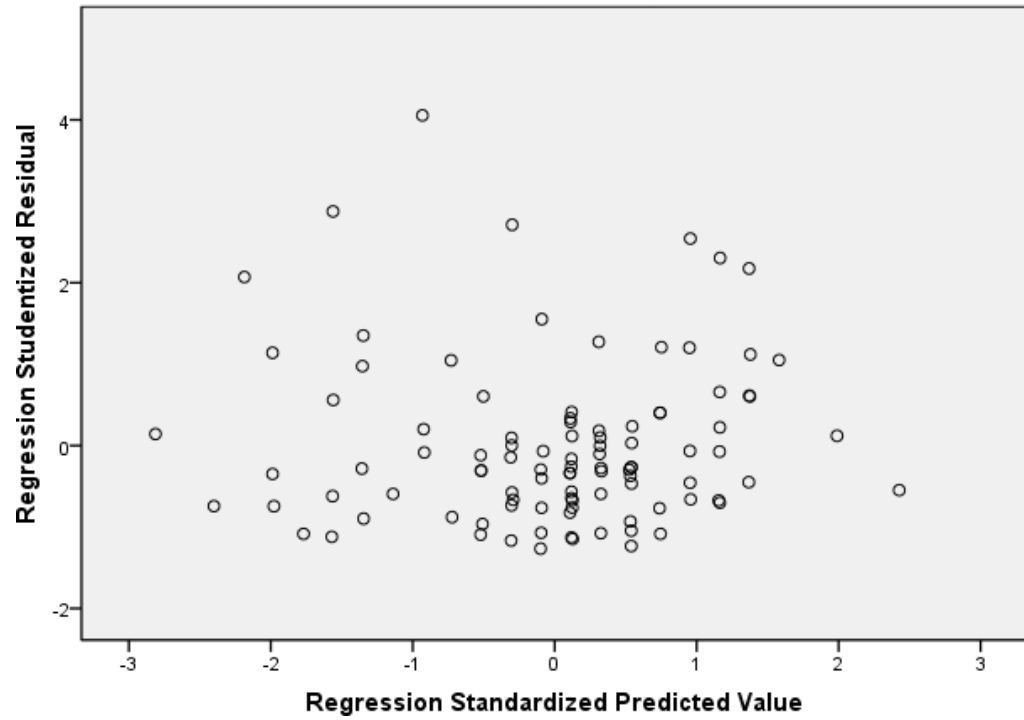
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 27 September 2021

Nomor: 1864/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Singa Mas Makin Sukses
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Calvin Leander
NIM	: 181110074
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (SI)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian bahan bakar di SPBU Singapore Station Katamso Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke PT.Singa Mas Makin Sukses Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezela, S.E., M.Si

SURAT KETERANGAN

NO:273/OL-SS1/I/2022

Menanggapi permohonan izin dari mahasiswa STIE EKA PRASETYA tentang: Izin Penelitian (Tugas Akhir S-1), dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wongso Sunasti
Jabatan : Manager

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan penelitian serta pengumpulan data pada perusahaan ini berkaitan dengan penulisan tugas akhir kepada:

Nama : Calvin Leander
NIM : 181010074
Progam Studi : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR DI PT.SINGA MAS MAKIN SUKSES (STUDI KASUS PADA SPBU SINGAPORE STATION KATAMSO MEDAN)

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Medan, 20 January 2022

Office : Jl. Brig Jend Katamso No.266 Medan – 20159 Sumatera Utara Indonesia
Telephone : 061- 4156888/ 061-4148677
Email : ss1_ssgroup@yahoo.co.id



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Calvin Leander
NIM : 181010074
Konsentrasi : MPAK (Manajemen Pemasaran dan Keuangan)
Nomor HP No. WA : 0877 6811 0508
Alamat Tinggal : Jln. Kerdin 733
Kelas : Manajemen
Email : calvinleander@gmail.com

Dosen Pembimbing Akademis :

Kat. Prodi

Dedy Lazuardi, M.M.

Dosen Pembimbing II
Dedy Lazuardi, M.M.

TTU :

Mahasiswa
Calvin Leander

Paraf Dosen
Pembimbing
I II

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing I	Paraf Dosen Pembimbing II
1	24/09/2021	Konsultasi judul mengenai permasalahan		
2		Konsultasi judul mengenai variabel		
3		ACE judul		
4	03/12/21	- Review & penjelasan & latar belakang setiap variabel, populasi & sub. 3		
5				
6	17/12/21	- Review & penjelasan estimasi data perhari		
7		- dan ace lanjut ke dopin 5.1		
8	10/01/2022	- tambah di setiap mas di buat		
9		- dan 40 di buat perhari		
10		- dan perhari std 5020		
11		- Populasi di lengkapi, komputer di buat data		
12		- dan di lengkapi dan di buat data		
13		- dan judul penelitian yang sama		
14	19/01/2022	- lengkapi data & buku		
15		- dan pengantar, daftar isi		
16		- dan pustaka		
17	27/01/2022	- dan Sampo		
18	17/02/22	- Review data ahli & data & Sampo dan		
19		& data & data Statistik Organisasi & data &		
20	10/03/22	- tambah data dan		
21		- dan pengantar di buat		
22		- dan data &		
23		- dan lampiran & bimbingan selanjutnya		
24	19/03/2022	ACE & materi literatur		
25				



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Calvin Leander
NIM : 181010074
PROGRAM STUDI : Monopment

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Kamis/05-03-2020	William JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Strategi Experiential Marketing Dan Komitmen Terhadap Keputusan Pelanggan Pada PT. Melaka Abadi MEDAN	171010122	
2	Kamis/05-03-2020	Vivian JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Ekuitas Merek dan Saluran Distribusi terhadap Pengujian Patisida pada PT. Panca Kurnia Niaga Nusantara	161010094	
3	Kamis/05-03-2020	Riana JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan jasa ekspedisi maritim kapal laut PT. Angkerah Kruasi Belawas Medan	161010060	
4	Senin/05-03-2020	Kasimin Halim JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kebijakan Harga dan Strategi Promosi terhadap penjualan pada T&Maju Jaya	161010127	
5	Senin/10-03-2020	Kathine JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Promosi Citra merek dan Fasilitas Terhadap Keputusan memilih Sekolah Prime One School	161010100	
6	Senin/10-03-2020	Linda Cordia JUDUL PROPOSAL : Pengaruh perilaku konsumen personal feeling dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan pembelian Produk Johnson pada PT. Saucha Mitra Sejahtera Medan	161010124	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Bezold, S.E., M.Si.