

---

## PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Debby Cynthia<sup>1</sup>, Haris Hermawan<sup>2</sup>, Ahmad Izzudin<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Muhammadiyah Jember

[debbycynthia03@gmail.com](mailto:debbycynthia03@gmail.com)<sup>1</sup>, [harisherawan1968@gmail.com](mailto:harisherawan1968@gmail.com)<sup>2</sup>,

[izzuddin@unmuhjember.ac.id](mailto:izzuddin@unmuhjember.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada BUMDes *Amanah Mart*, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo. Sampel yang digunakan sebanyak 65 responden, menggunakan teknik *accidental sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil uji t menunjukkan signifikan lokasi (0,690) dan kualitas pelayanan (0,908) lebih besar dari 0,05, sehingga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,900 lebih besar dari 0,05, sehingga secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa (-0,029) keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi dan kualitas pelayanan.

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

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of location and service quality on purchasing decisions at BUMDes Amanah Mart, Tempurejo District, Jember Regency. This type of research uses descriptive quantitative. The population in this study is the consumer of BUMDes Amanah Mart Pondokrejo. The sample used was 65 respondents, using accidental sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the t-test indicate that the location (0.690) and service quality (0.908) are significantly greater than 0.05, so that partially it does not significantly influence purchasing decisions. The results of the F test show a significance value of 0.900 which is greater than 0.05, so that simultaneously location and service quality have no effect on purchasing decisions. The coefficient of determination test shows that (-0.029) purchasing decisions are influenced by location and service quality.*

*Keywords: Location, Service Quality, Purchase Decision*

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia bisnis saat ini ada perubahan dalam kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat pada bidang perekonomian bisnis, sehingga adanya perubahan dalam kehidupan masyarakat dengan perkembangan perekonomian bisnis. Perkembangan dalam perekonomian tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap masyarakat dengan membuka suatu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Sejalan dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi tersebut banyak usaha yang bermunculan terutama dalam bisnis ritel (*retailing*). Agar suatu usaha ritel dapat terus dan memenangkan persaingan, maka dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran. Persaingan bisnis ritel yang semakin kompetitif, diperlukan adanya strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing usaha adalah mengetahui strategi

bauran pemasaran terutama faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Salah satu fenomena yang mulai bermunculan saat ini banyak bermunculan pesaing bisnis terutama dalam bisnis *retail* seperti menjual kebutuhan pokok manusia, salah satunya adalah keberadaan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) *Amanah Mart* yang berada di Jl. Imam Bonjol 58 Pondokrejo, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember. BUMDes *Amanah Mart* ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan pesaing bisnis ritel yang lainnya karena BUMDes *Amanah Mart* memiliki tata letak ruang yang rapi dan nyaman untuk penempatan produk, menjual produk kebutuhan pokok yang lengkap untuk memudahkan konsumen terutama masyarakat desa pondokrejo.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam rangka menciptakan keputusan pembelian. Menurut Kasmir (2016) adalah tempat beroperasi perusahaan dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual. Faktor lain yang menentukan keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah perilaku untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama satu golongan karyawan, dan pimpinan. Menurut Kasmir (2016) konsumen melakukan keputusan pembelian adalah salah satu perilaku konsumen itu sendiri untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

Dengan semakin meningkatnya persaingan dibidang bisnis *retail*, maka penting bagi BUMDes *Amanah Mart* untuk memperhitungkan lokasi dan kualitas pelayanan yang baik. Peneliti mengetahui secara langsung ketika melakukan observasi dan terjun langsung yakni berupa lahan parkir yang kurang memadai dan kurangnya karyawan dalam melakukan pelayanan kepada konsumen dan kurangnya ketepatan dalam membantu melayani konsumen. Melihat hal tersebut, peneliti menduga nanti akan menyebabkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian menurun. Untuk mengetahui apakah lokasi dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di BUMDes *Amanah Mart*, maka perlu diteliti pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumus masalah apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan tujuan apakah lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dan data penelitian menggunakan data primer yang didapatkan melalui konsumen dan data sekunder yang didapat dari penelitian terdahulu. Sedangkan alat penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda sehingga dapat diketahui besarnya

pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan membeli di *Amanah Mart*. Menurut Ferdinand (2014) bahwasannya jumlah sampel adalah jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka sampel yang diperoleh yaitu  $13 \times 5 = 65$  orang responden. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Jumlah responden yang diperoleh 65 responden. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner diolah dengan bantuan aplikasi SPSS. Penelitian ini dilakukan mulai 1 Oktober 2021 – 1 Desember 2021.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument merupakan bagian yang terpenting, pengujian instrumen akan menghasilkan berupa data yang akurat sehingga menghasilkan hasil riset yang mampu dipertanggung jawabkan Sugiyono (2012). Uji instrumen dalam penelitian ini yang digunakan uji validitas dan uji reabilitas.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas data merupakan pengujian data yang diukur dengan tepat untuk menguji seberapa baik untuk pengukuran perangkat instrumen. Berdasarkan pendapat dari Ghozali (2013) bahwasannya pengukuran yang ditetapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika r-hitung lebih besar dari r-tabel maka dapat dikatakan valid. Selain itu jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka instrumen dapat dikatakan valid.

**Tabel 1 : Hasil Pengujian Validitas**

No.	Indikator	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		r hitung	r tabel	Nilai sig	alpha	
<b>Lokasi</b>						
1.	X1.1	0,466	0,244	0,000	0,05	Valid
2.	X1.2	0,657	0,244	0,000	0,05	Valid
3.	X1.3	0,803	0,244	0,000	0,05	Valid
4.	X1.4	0,866	0,244	0,000	0,05	Valid
<b>Kualitas Pelayanan</b>						
1.	X2.1	0,751	0,244	0,000	0,05	Valid
2.	X2.2	0,733	0,244	0,000	0,05	Valid
3.	X2.3	0,593	0,244	0,000	0,05	Valid

4.	X2.4	0,585	0,244	0,000	0,05	Valid
5.	X2.5	0,504	0,244	0,000	0,05	Valid
<b>Keputusan Pembelian</b>						
1.	Y.1	0,753	0,244	0,000	0,05	Valid
2.	Y.2	0,812	0,244	0,000	0,05	Valid
3.	Y.3	0,733	0,244	0,000	0,05	Valid
4.	Y.4	0,495	0,244	0,000	0,05	Valid

Sumber : Olah Data 2021

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 4.3 diatas bahwa korelasi antara masing-masing dari indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid, karena  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  (0,244) dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa dari semua item pernyataan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan uji statistik Cronboach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronboach Alpha  $> 0,60$ . Hasil pengujian reliabilitas secara ringkas ditunjukkan pada tabel berikut ini :

**Tabel 2 : Hasil Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	Alpha hitung	Standar alpha	Keterangan
1.	Lokasi ( $X_1$ )	0,669	0,600	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0,612	0,600	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,666	0,600	Reliabel

Sumber : Olah Data 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas tersebut menghasilkan angka Cronboach alpha di atas 0,600. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua dari pernyataan teruji reabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menghasilkan perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 3: Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	17.566	2.718		
Lokasi (X1)	-.055	.137	-.052	-.401	.690
Kualitas Pelayanan (X2)	-.012	.107	-.015	-.116	.908

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Olah Data 2021

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 17.566 + (-0,055) + (-0,012) + e$$

Persamaan regresi linear tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Besarnya nilai konstanta 17.566 menunjukkan bahwa jika variabel lokasi dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* adalah sebesar 17.566.
- b. Koefisien regresi lokasi ( $X_1$ ) sebesar (-0,055) menyatakan bahwa variabel lokasi terdapat hubungan negatif dengan nilai keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa apabila lokasi mengalami kenaikan sebesar satu-satuan, maka keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* akan meningkat sebesar 0,055. Satuan dengan asumsi hal lain yang bersifat konstan.
- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar (-0,012) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat hubungan negatif dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* akan meningkat sebesar 0,012. Satuan dengan asumsi hal lain yang bersifat konstan.

### 3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan hasil uji pembuktian statistik atas semua yang telah dihipotesiskan dalam penelitian berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk mendeteksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

#### a. Hasil Uji t

Pengujian secara parsial menggunakan uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh lokasi ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara individual

terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji t diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

i. Pengujian Hipotesis 1

Hasil analisis uji t untuk variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $(-0,401) < 1,998$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,690 > 0,05$  maka H1 ditolak. Hal ini berarti lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

ii. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan hasil dari analisis uji t untuk variabel kualitas pelayanan yaitu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $(-0,116) < 1,998$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,908 > 0,05$  maka H2 ditolak. Hal ini berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Hasil Uji F

Pengujian secara simultan yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan menggunakan uji F. Dengan  $\alpha = 5\%$  ( $0,05$ ) dan  $F_{tabel} = F(K; n-k) = F(2; 65 - 2) = F(2; 63) = 3,14$ .

**Tabel 4 : Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.383	2	.192	.105	.900 <sup>b</sup>
1 Residual	113.001	62	1.823		
Total	113.385	64			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X1)

Sumber : Olah Data 2021

Berdasarkan hasil uji f dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $-0,105) < 3,14$  dan nilai signifikansi  $0,900 > 0,05$  maka dapat diketahui bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini membuktikan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama sama atau simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart*.

4. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan dari besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

**Tabel 4.10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi**

No.	Kriteria	Koefisien
1.	<i>R</i>	0,058
2.	<i>R Square</i>	0,003
3.	<i>Adjusted R Square</i>	- 0,029

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar -0,029 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian seperti keberagaman produk dan promosi untuk meningkatkan penjualan pada BUMDes *Amanah Mart*. Hal ini dengan meningkatkan keberagaman produk yang di jual dan melakukan promosi yang di tawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada BUMDes *Amanah Mart* sehingga dapat meningkatkan omset penjualannya.

#### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara statistik ketiga hipotesis yang diajukan tidak mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian secara statistik dapat dijelaskan dari masing-masing pengaruh variabel sebagai berikut:

##### **a. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil pengujian membuktikan bahwa hasil uji t untuk variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $(- 0,401) < 1,998$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,690 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis yang dikemukakan dimana sebelumnya lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada BUMDes *Amanah Mart* lahan parkir yang kurang memadai tidak menjadi masalah bagi masyarakat Pondokrejo, namun masyarakat Desa Pondokrejo tetap melakukan pembelian di BUMDes *Amanah Mart* karena usaha tersebut berada di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan lingkup perumahan masyarakat Desa Pondokrejo.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah *et al.*,(2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar bahwa berdasarkan hasil uji t variabel lokasi bernilai negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

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

Hasil pengujian membuktikan bahwa hasil dari analisis uji t untuk variabel kualitas pelayanan yaitu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $(-0,116) < 1,998$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,908 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertolak belakang dengan

hipotesis yang dikemukakan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyebutkan kualitas pelayanan ditolak, hal ini dipengaruhi oleh pandangan masyarakat Desa Pondokrejo bahwa kualitas pelayanan BUMDes *Amanah Mart* tidak membedakan konsumen dan lebih meningkatkan pelayanan yang baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Polla *et al.*, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### c. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis ke tiga (H3) berdasarkan hasil uji F yaitu dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $-0,105 < 3,14$ ) yang menyatakan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada tingkat signifikan 5%. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis sebelumnya bahwa lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Ena *et al.*, (2019) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian pada CafeNet.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo. Lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan membuktikan bahwa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan bagi BUMDes *Amanah Mart* Pondokrejo memperhatikan faktor lain seperti meningkatkan keberagaman produk dan promosi, termasuk dalam lokasi sebaiknya lebih meningkatkan pengantaran pemesanan konsumen untuk kenyamanan konsumen dan terkait kualitas pelayanan menyarankan untuk mengoptimalkan ketepatan pelayanannya.

### DAFTAR PUSTAKA

Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). *PENGARUH*



*PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHEZZ CAFENET.*  
*10(3), 299–310.*

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen.*
- Ghozali, I. (2013). aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Information Technology*, 2(2).
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Kasmir, D. (2017). *Customer Services Excellent.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2016). Kewirausahaan. In *Ke-7.* Jakarta: RajaGrafindo.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Sugiyono, S. (2012). *Business research methods.* Bandung: Alfabeta.