

## Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di Wilayah Poris Plawad Utara Tangerang

Alim Dwi Kurniawan, Dede Solihin<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

\*Email: [alimdwikurniawan18@gmail.com](mailto:alimdwikurniawan18@gmail.com), [desolihin86@gmail.com](mailto:desolihin86@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Januari 2025 Disetujui Februari 2025 Diterbitkan Maret 2025</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di Wilayah Poris Plawad Utara Tangerang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini adalah Harga (<math>X_1</math>) dan Lokasi (<math>X_2</math>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (<math>Y</math>) dengan persamaan regresi <math>Y = 10,473 + 0,437 X_1 + 0,571 X_2</math>. Koefisien korelasi 0,832 artinya berkorelasi Sangat Kuat. Koefisien determinasi sebesar 69,3% dan sisanya sebesar 30,7% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji t variabel Harga diperoleh nilai <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math> atau <math>(19,935 &gt; 1,968)</math> dan nilai signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math> maka <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_1</math> diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi diperoleh nilai <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math> atau <math>(22,097 &gt; 1,968)</math> dan nilai signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math> maka <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_2</math> diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Uji F diperoleh nilai <math>F_{hitung} &gt; F_{tabel}</math> atau <math>(312,034 &gt; 3.028)</math> dan nilai signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Dengan demikian <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_3</math> diterima, artinya Harga (<math>X_1</math>) dan Lokasi (<math>X_2</math>) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (<math>Y</math>).</p>
<p>DOI: 10.32493/jism.v5i1</p>	<p><i>ABSTRACT</i></p>
<p><b>Keywords:</b> Price; Location; Purchase Decision</p>	<p><i>This research aims to determine the influence of price and location on purchasing decisions among Raffasya Laundry in the Poris Plawad North Tangerang area. The research method used is a quantitative research method with an associative approach. The data analysis method uses classical assumption testing, linear regression analysis, correlation coefficient testing, coefficient of determination and hypothesis testing with the help of SPSS version 26 software. The results of this research are that Price (<math>X_1</math>) and Location (<math>X_2</math>) have a positive effect and significant to Purchasing Decisions (<math>Y</math>) with the regression equation <math>Y = 10.473 + 0.437 X_1 +</math></i></p>

0.571  $X_2$ . A correlation coefficient of 0.832 means very strong correlation. The coefficient of determination is 69.3% and the remaining 30.7% is influenced by other factors. The T test for the Price variable obtained a value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $(19.935 > 1.968)$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ , so  $H_0$  was rejected and  $H_1$  was accepted. This means that there is a significant influence between price on purchasing decisions. The location obtained a value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $(22.097 > 1.968)$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ , so  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted. This means that there is a significant influence between location on purchasing decisions. The F test obtained a value of  $F_{count} > F_{table}$  or  $(312.034 > 3.028)$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted, meaning that price ( $X_1$ ) and location ( $X_2$ ) together have a positive and significant effect on purchasing decisions ( $Y$ )

**How to cite:** Kurniawan, A, D., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad Utara Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 5(1). 50-60.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

## PENDAHULUAN

Di masa sekarang dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan semakin majunya teknologi, organisasi atau perusahaan yang mengadakan kegiatan menghadapi sasaran dan tujuan yang semakin berkembang. Setiap perusahaan perlu konsisten dalam usahanya dan menjalankan manajemennya secara efisien, dengan tujuan utama untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan diri, dan meraih keuntungan. Di era globalisasi ini memberikan dampak signifikan pada dunia bisnis, di mana mayoritas perusahaan berusaha memanfaatkan peluang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing di pasar global.

Dalam realitas bisnis saat ini, terjadi pergeseran menuju pertumbuhan dan kemajuan yang cepat, melampaui batasan ruang, waktu, dan gerak. Sementara itu, gelombang globalisasi tak terbandung, mendorong kompetisi intensif di berbagai sektor, terutama dalam dunia bisnis. Kombinasi keduanya menciptakan usaha manusia untuk saling bersaing dan memengaruhi sesuai dengan dinamika globalisasi. Oleh karena itu, manusia terus berupaya menciptakan sesuatu yang mampu bersaing. Sejalan dengan itu, manusia mengimplementasikan kompetisi baik secara individu maupun kelompok, sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi. Persaingan yang intens mengharuskan perusahaan merancang strategi bisnis yang tidak hanya berfokus pada laba, tetapi juga pada penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Keberhasilan usaha ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam menetapkan strategi yang tepat dengan memanfaatkan sumber daya internal yang sesuai.

Pada era globalisasi saat ini, jenis usaha di sektor jasa menunjukkan aspek dan cakupan bisnis yang paling luas dibandingkan dengan sektor lain. Selain menyediakan berbagai jenis produk dan layanan, usaha di sektor jasa juga menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk bertahan di tengah pesaing yang banyak, perusahaan harus memiliki nilai tambah yang membuatnya unik dibandingkan dengan yang lain. Biasanya, usaha di sektor jasa lebih mengandalkan kualitas pelayanan, harga yang bersaing, dan pemilihan lokasi strategis sebagai upaya untuk menarik perhatian pelanggan. Dengan menerapkan strategi fokus pada daya tarik, diharapkan perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan dan harga yang superior, menjadi daya tarik bagi calon pelanggan baru, atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Khususnya di daerah Poris Plawad Utara terdapat banyak sekali bisnis jasa laundry dan salah satunya adalah Raffasya laundry, yaitu usaha yang bergerak di bidang jasa laundry. Raffasya laundry ini telah berdiri sejak tahun 2018 dan masih berjalan hingga saat ini. Jasa laundry menjadi opsi bagi mereka yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian sendiri. Selain disebabkan oleh jadwal yang padat, keterbatasan waktu dalam beraktivitas membuat mencuci pakaian menjadi tantangan tersendiri bagi banyak individu. Bisnis laundry memiliki prospek yang cerah, terutama karena adanya permintaan pelanggan untuk jasa laundry di sekitarnya. Hal ini memberikan peluang besar untuk memperoleh pasar dan keuntungan yang signifikan dalam bisnis jasa laundry.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, bisnis laundry perlu merancang strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan kompetisi dan memastikan kelangsungan bisnis. Salah satu strategi yang dapat berhasil adalah menetapkan harga yang memuaskan kebutuhan segmen dan target pasar, memilih lokasi dengan strategis, dan memberikan pelayanan yang optimal. Dengan demikian, para pelaku usaha laundry dapat menarik pelanggan dan terus meningkatkan jumlah pelanggan mereka.

Raffasya laundry selaku bisnis yang menjalankan usaha laundry mengalami penurunan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun, hal ini tidak lepas dari beberapa faktor penting yang dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan. Faktor yang diduga menyebabkan jumlah pelanggan yang terus menurun adalah faktor harga dan lokasi. Konsumen cenderung mempertimbangkan biaya layanan laundry dalam keputusan mereka, karena harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan dapat menjadi faktor penentu dalam memilih layanan laundry tertentu. Selain itu, lokasi juga memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian. Aksesibilitas dan kemudahan lokasi laundry menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan lebih menarik bagi pelanggan, sementara lokasi yang kurang strategis dapat mengurangi minat pelanggan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:9) “Harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai dari pelanggan yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa”. Menurut Indrasari (2019:39) “Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang pelanggan tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa”. Sedangkan menurut Hamid (2023:89) “Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”. Dari beberapa definisi Harga diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah semua jumlah nilai yang ditentukan berdasarkan jumlah uang untuk ditukarkan agar mendapatkan keuntungan dari suatu barang atau jasa yang diinginkan.

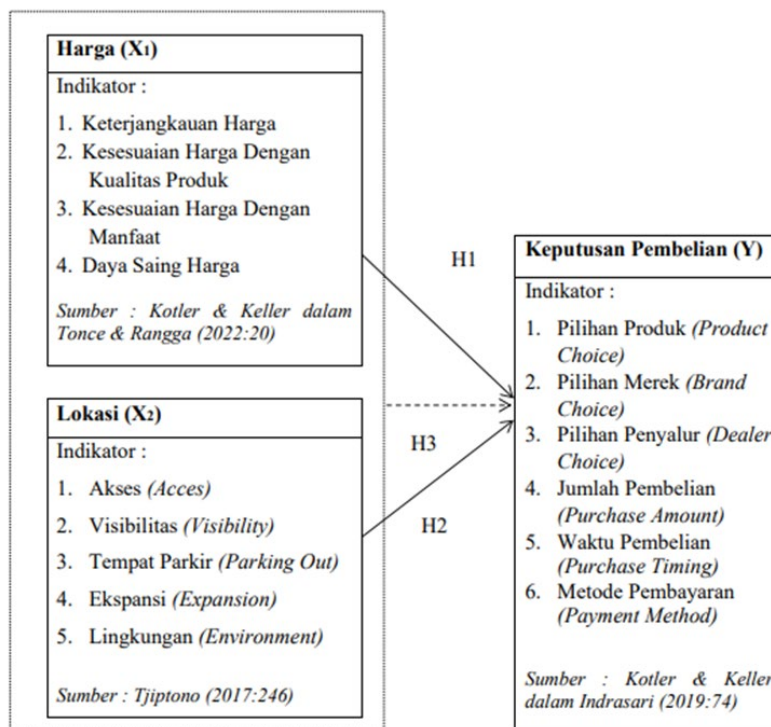
### **Lokasi**

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:51), menyatakan bahwa lokasi adalah tempat dimana berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia lagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis. Susanto (2023:2) mendefinisikan lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada pelanggan. Sedangkan menurut Mardani (2020:97) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau

kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada pelanggan.

### Keputusan Pembelian

Menurut Arfah (2022:4) “Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian”. Menurut Mangkunegara (2019:43) “Keputusan pembelian adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini pelanggan dalam mengambil keputusan membeli”. Sedangkan menurut Yunefa & Sabardini (2020:174) “Keputusan pembelian adalah proses dimana pelanggan mengidentifikasi masalah, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian”. Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku pelanggan baik individu, kelompok maupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

### Hipotesis

- H01 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang
- Ha1 = Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang
- H02 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang
- Ha2 = Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang
- H03 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang secara simultan
- Ha3 = Terdapat pengaruh yang signifikan harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang secara simultan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, menurut Sugiyono (2022:8) berpendapat Metode kuantitatif adalah metode penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019:65) “pendekatan asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Tempat penelitian ini berada di Raffasya Laundry yang beralamat di Jl. H. Mustofa RT 002 RW 004, Kelurahan Poris Plawad Utara, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15141. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Raffasya Laundry yang berjumlah 936 orang pada tahun 2023. Menurut Sugiyono (2022:81) mengatakan "sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 280 didapat menggunakan perhitungan Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada para pelanggan Raffasya Laundry.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

Tabel 1 Kolmogrov smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		280
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0821429
	Std. Deviation	3.41081137
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.047
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel *Kolmogorov-Smirnov* di atas diperoleh nilai signifikansi variabel lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  yaitu sebesar 0,076. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.473	1.270		8.249	.000		
Harga (X1)	.437	.062	.372	7.064	.000	.400	2.499
Lokasi (X2)	.571	.059	.510	9.689	.000	.400	2.499

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Harga dan Lokasi sebesar 0,400 dimana nilai tersebut lebih dari  $> 0,10$ , dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 2,499 dimana kurang dari  $< 10,00$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

### Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.832 <sup>a</sup>	.693	.690	3.592	1.942
a. Predictors: (Constant), Lokasi (X <sub>2</sub> ), Harga (X <sub>1</sub> )					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)					

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,942 yang berada pada rentang 1,150 – 2,460 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Tidak Ada Autokorelasi pada model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.183	1.438		1.518	.130
	Harga	-.028	.025	-.067	-1.126	.261
	Lokasi	.056	.033	.103	1.734	.084
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4, *glejser test* model pada variabel Harga (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,261 dan Lokasi (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig.) sebesar 0,084 dimana kedua nilai signifikansinya (Sig.) > 0,05. Dengan demikian model regresi pada data ini tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas

### Analisis Regresi

Tabel 5. Regresi Linier Sederhana Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.210	1.297		12.495	.000
	Harga	.902	.045	.767	19.935	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas diketahui persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = 16,210 + 0,902 (X_1)$ . Nilai konstanta a sebesar 16,210 maka dapat disimpulkan bahwa apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan pada variabel Harga (X<sub>1</sub>) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) bernilai tetap yaitu sebesar 16,210 satuan per unit. Nilai koefisien b sebesar 0,902 maka dapat disimpulkan bahwa apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan satuan per unit pada variabel Harga (X<sub>1</sub>) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,902 satuan per unit.

Tabel 6. Regresi Linier Sederhana Lokasi (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.161	1.352		8.993	.000
	Lokasi	.893	.040	.798	22.097	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas diketahui persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = 12,161 + 0,893 (X_2)$ . Nilai konstanta a sebesar 12,161 maka dapat disimpulkan bahwa apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan pada variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) bernilai tetap yaitu sebesar 12,161 satuan per unit. Nilai koefisien b sebesar 0,893 maka



dapat disimpulkan bahwa apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan satuan per unit pada variabel Lokasi ( $X_2$ ) maka nilai Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan bertambah sebesar 0,893 satuan per unit.

**Tabel 7. Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.473	1.270		8.249	.000
	Harga	.437	.062	.372	7.064	.000
	Lokasi	.571	.059	.510	9.689	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel di atas dapat diperoleh regresi yaitu  $Y = 10,473 + 0,437(X_1) + 0,571(X_2)$

- Konstanta  $a$  bernilai 10,473 maka apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan pada variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) maka nilai Keputusan Pembelian ( $Y$ ) bernilai tetap sebesar 10,473.
- Nilai koefisien regresi linier berganda variabel Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,437 (positif) artinya apabila variabel Harga ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel Lokasi ( $X_2$ ) dalam keadaan tetap, maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,437 satuan.
- Nilai koefisien regresi linier berganda variabel Lokasi ( $X_2$ ) sebesar 0,571 (positif) artinya apabila variabel Lokasi ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel Harga ( $X_1$ ) dalam keadaan tetap, maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,571 satuan

### Uji Koefisiensi Korelasi

**Tabel 8. Koefisien Korelasi Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Correlations			
		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	280	280
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	280	280

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

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Hasil pengujian di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,767 yang berada pada rentang 0,600 – 0,799 dengan tingkat hubungan Kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) memiliki tingkat hubungan Kuat terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 9. Koefisien Korelasi Lokasi ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Correlations			
		Lokasi	Keputusan Pembelian
Lokasi	Pearson Correlation	1	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	280	280
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	280	280

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

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Hasil pengujian di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,798 yang berada pada rentang 0,600 – 0,799 dengan tingkat hubungan Kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi ( $X_2$ ) memiliki tingkat hubungan Kuat terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 10. Koefisien Korelasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y) Simultan**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.832 <sup>a</sup>	.693	.690	3.592	.693	312.034	2	277	.000

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Hasil pengujian di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,832 yang berada pada rentang 0,800 – 1,000 dengan tingkat hubungan Sangat Kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) memiliki tingkat hubungan Sangat Kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 11. Koefisien Determinasi Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.587	4.148

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 11 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,588 atau 58,8%, maka kontribusi variabel Harga (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 58,8% dan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 12. Koefisien Determinasi Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.636	3.895

a. Predictors: (Constant), Lokasi

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 12 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,637 atau 63,7%, maka kontribusi variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 63,7% dan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 13. Koefisien Determinasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 <sup>a</sup>	.693	.690	3.592

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,693 atau 69,3 %, maka kontribusi variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 69,3 % dan sisanya sebesar 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

### Uji Hipotesis

#### Uji Hipotesis Parsial

**Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.210	1.297		12.495	.000
	Harga	.902	.045	.767	19.935	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS 26



Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 19,935 > t_{tabel} 1,968$  dan atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang.

**Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	T		
1	(Constant)	12.161	1.352		8.993	.000
	Lokasi	.893	.040	.798	22.097	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 22,097 > t_{tabel} 1,968$  dan atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang.

### Uji Hipotesis Simultan

**Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Harga (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8050.213	2	4025.107	312.034	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3573.183	277	12.900		
	Total	11623.396	279			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui nilai  $F_{hitung} 312,034 > F_{tabel} 3.028$ , dan atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang.

### Pembahasan

#### Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi  $Y=16,210+0,902(X_1)$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,767 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,588 atau 58,8%, sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $19,935 > 1,968$ ). Dengan demikian  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang. Berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Pristiawan, Mariah, Shandra Bahasoan, (2022). Secara simultan kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan, namun secara parsial yang berpengaruh signifikan hanya variabel harga dan variabel lokasi.

#### Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi  $Y=12,161+0,893(X_2)$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,798 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,637 atau 63,7%, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $22,097 > 1,968$ ). Dengan demikian  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya

Laundry di wilayah Poris Plawad Utara, Tangerang. Berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Mutiara D. Rumajar, Altje L. Tumbel, Woran Djemly, 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan atmosfer toko berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Warkop Kemang Manado.

### **Pengaruh Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 10,473 + 0,437(X_1) + 0,571(X_2)$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,832 artinya memiliki tingkat hubungan yang Sangat Kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,693 atau 69,3%, sedangkan sisanya sebesar 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(312,034 > 3.028)$ . Dengan demikian H<sub>03</sub> ditolak dan H<sub>a3</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry di wilayah Poris Plawad utara, Tangerang. Berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hari Susanto (2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

### **KESIMPULAN**

Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Raffasya Laundry, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y = 16,210 + 0,902X_1$ . Nilai koefisien korelasi Harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,767. Nilai koefisien determinasi sebesar 58,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(19,935 > 1,968)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>a1</sub> diterima menandakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Raffasya Laundry, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y = 12,161 + 0,893X_2$ . Nilai koefisien korelasi Lokasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,798. Nilai koefisien determinasi sebesar 63,7%. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(22,097 > 1,968)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima menandakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Raffasya Laundry, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda  $Y = 10,473 + 0,437 X_1 + 0,571 X_2$ . Nilai koefisien korelasi sebesar 0,832. Nilai koefisien determinasi sebesar 69,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(312,034 > 3.028)$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian H<sub>03</sub> ditolak dan H<sub>a3</sub> diterima, artinya secara simultan Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Raffasya Laundry.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*, Cetakan Pertama, Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hamid, Rahmad Solling., Dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern Strategi dan Taktik untuk Kesuksesan Bisnis*. Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler And Armstrong. (2019). *Principles of Marketing*. Prentice Hall: Person Education, Inc.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom : Pearson Education.
- Mardani, Andriano Dwi, Ahmad Yani, Siti Napisah. “Pengaruh Lokasi, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang”. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 06, no. 1 (2020) : 96-104.
- Pristiawan, Hendra Eka., Mariah, Shandra Bahasoan. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah”. *Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia*, Vol. 3, No. 1. (2022) : 52-63.
- Rumajar, M.D., Altje L Tumbel., Woran Djemly. “Pengaruh Lokasi dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian pada Warkop Kemang Manado”. *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 3. (2022) : 266-275.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, Hari. “Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Murah Di Sampit”. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 08, no, 1 (2023) : 1-10.
- Yunefa, A., & Sabardini, Sri Ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Antimicrobial Agents and Chemotheraphy*, 58 (12).