

The Influence of Service Quality and Location on Fuel Purchase Decisions at COCO Gas Stations 11.201.107 Hm. Yamin Medan

Reza Setiawan^{1*}, Khalisa Aulia Tasya², Wulan Apriani³, Cinthia Tasyva Zetira⁴, Hasyim⁵
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Reza Setiawan Rezasetiawanexecutive@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Service Quality,
Purchasing Decisions,
Customers

Received : 23, December

Revised : 25, January

Accepted: 27, February

©2024 Setiawan, Tasya, Apriani,
Zetira, Hasyim : This is an open-
access article distributed under the
terms of the [Creative Commons
Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research tries to ascertain how service quality influences fuel purchasing decisions at SPBU Coco 11.201.107 HM. Yamin Medan. This research uses explanatory research which uses descriptive statistical methods to verify whether there is an influence between the services provided on customers' fuel purchasing decisions. The research results showed that respondents' responses regarding the quality of service were considered good. Respondents rated the services and facilities provided at the Coco HM gas station positively. Yamin. Similar research can be carried out between regions for the next stage of the research process in the same environment with different characteristics and with changes in research variables that can be developed for further research.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar pada SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan

Reza Setiawan^{1*}, Khalisa Aulia Tasya², Wulan Apriani³, Cinthia Tasyva Zetira⁴, Hasyim⁵

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Reza Setiawan Rezasetiawanexecutive@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Pelanggan

Received : 23, Desember

Revised : 25, Januari

Accepted: 27, Februari

©2024 Setiawan, Tasya, Apriani, Zetira, Hasyim : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk memastikan bagaimana pengaruh kualitas layanan keputusan pembelian bahan bakar pada SPBU Coco 11.201.107 HM. Yamin Medan. Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori yang menggunakan metode statistik deskriptif untuk memverifikasi apakah adanya pengaruh antara pelayanan yang diberikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar oleh pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dinilai baik. Responden menilai positif pada pelayanan dan fasilitas yang diberikan di SPBU Coco HM. Yamin. Penelitian serupa dapat dilakukan antar wilayah untuk tahap proses penelitian selanjutnya lingkungan yang sama dengan karakteristik yang berbeda serta dengan perubahan variabel penelitian yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya.

PENDAHULUAN

Pada era persaingan ini, sebuah perusahaan akan memberikan perhatian khusus dalam membangkitkan minat pelanggan untuk membeli produk mereka—ini tentu saja merupakan aspek penting dalam sebuah bisnis perusahaan agar dapat bertahan dalam sebuah persaingan. dengan yang akan ia lakukan untuk menjatuhkan sebuah Pilih salah satu opsi preset untuk melakukan pembelian. Dalam membuat suatu keputusan sebelum membeli barang atau barang untuk pelanggan biasanya akan melakukan berbagai evaluasi terlebih dahulu. Dengan adanya evaluasi ini tentunya mengharuskan setiap bisnis untuk mengembangkan dan memilih pendekatannya akan digunakan untuk dapat menarik agar pelanggan dapat membeli barang yang dijual oleh bisnis tersebut. SPBU atau yang biasa disebut dengan stasiun pengisian bahan bakar umum telah menjadi kebutuhan keseharian masyarakat untuk mendukung mobilitas yang akan dilakukan oleh masyarakat tersebut. Melihat peluang kebutuhan ini tentunya membuat banyak para pelaku bisnis yang bersaing untuk membuka usaha pengisian bahan bakar atau SPBU hingga tak jarang menyebabkan beberapa stasiun pengisian bahan bakar umum memiliki jarak yang berdekatan antara satu SPBU dengan SPBU lainnya.

Dari sekian banyaknya stasiun pengisian bahan bakar umum atau SPBU yang terdapat di Kota Medan, SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin merupakan salah satu SPBU yang sudah dikenal dan diketahui masyarakat secara luas. SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan menjadi salah satu perusahaan swasta yang dinaungi oleh PT. Sinaga Mas Makin Sukses yang ber alamat di HM Yamin No. 56, Medan. Didirikan pada tahun 2008, bisnis ini bekerja di penjualan bahan bakar. Untuk menarik konsumen agar dapat melakukan pembelian pada produknya, SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan tidak hanya menyediakan SPBU tetapi juga menyediakan Banyak item yang pasti dapat menarik minat pelanggan dan mendorong mereka untuk berkunjung. mirip dengan menawarkan kafe dan mini market di area SPBU tersebut. Dalam hal ini SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin tentunya memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan SPBU lain yang lokasinya tidak jauh dari SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin. Tetapi tetap saja gal tersebut tidak bisa dijadikan sebagai jaminan bahwa para konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian dan pengisian bahan bakar di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, saat ini SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin sedang mengalami penurunan pada penjualan bahan bakar mereka yaitu sebesar 10% dari keseluruhan penjualan mereka pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya sebelumnya. Hal tersebut dapat terjadi karena konsumen mulai jarang melakukan pembelian bahan bakar pada SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin dan memilih untuk melakukan pembelian pada SPBU lainnya. Terjadinya penurunan pada pembelian konsumen tidak terjadi serta merta namun terdapat berbagai faktor dan evaluasi yang dilakukan konsumen dimana faktor yang paling berpengaruh tentunya adalah lokasi dari SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin ini. 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 konsumen terkadang sangat sulit untuk melakukan U Turn.

Adapun antrian SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin sendiri biasanya sangat panjang yang membuat kemacetan di lokasi tersebut. Hal tersebut membuat konsumen lebih memilih to fill up at gas stations lainnya agar dapat menghindari kemacetan dan tidak menghabiskan waktunya. Terlebih lagi terdapat beberapa SPBU yang berada di jalan Hm Yamin sehingga membuat SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin memiliki banyak pesaing yang berdekatan dengannya seperti Green Nitrogen SPBU Pertamina 14.202.118., SPBU lainnya. Hal tersebut tentunya membuat para konsumen memiliki banyak alternatif dalam melakukan suatu pembelian bahan bakar. Faktor lainnya yang diindikasikan memiliki pengaruh terhadap menurunnya pembelian adalah kaliber layanan. Ukuran untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan adalah kualitas layanan oleh para karyawan hingga mampu memenuhi ekspektasi para pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, tak sedikit konsumen yang masih merasa belum terlalu puas dengan tingkat layanan yang diberikan oleh anggota staf seperti kurangnya senyuman dan sapaan serta beberapa karyawan dianggap masih kurang tanggap dan tidak dapat diandalkan dalam melayani konsumen sehingga konsumen perlu menunggu waktu yang cukup lama dalam melakukan pembelian bahan bakar. Terlebih lagi konsumen terkadang terlihat masih bersosialisasi dengan karyawan lainnya walaupun konsumen sedang menunggu. Hal tersebut membuat kerja karyawan melambat dan membuat antrian menjadi panjang. Konsumen yang tidak sabar menunggu pada akhirnya tidak akan melakukan pembelian kembali karena pelayanan yang diberikan sangat tidak sesuai dengan harapan mereka. Penelitian dengan topik "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Pada SPBU COCO 11.201.107 Hm" sangat diminati mengingat latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan diatas. Yamin Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Pandikutra dkk. (2022:204), pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memuaskan klien, rekan kerja, dan pemimpin. Kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melampaui tingkat kualitas yang diharapkan, menurut Tjiptono (2011), dan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan. Tjiptono mengartikan kualitas pelayanan sebagai upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tetap berpegang pada cara penyampaiannya guna memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut beberapa orang, kualitas layanan yang diberikan atau (Andi Alfianto Anugrah Ilahi, 2022: 552) adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan melakukannya dengan cara yang memenuhi harapan mereka. Kotler dan Armstrong (2012: 681) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penjumlahan atribut suatu produk atau layanan yang

berkontribusi terhadap kapasitasnya untuk memuaskan baik secara langsung maupun tidak langsung. Memahami kualitas layanan melibatkan pemahaman pentingnya produk layanan berkualitas tinggi. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan individu atau organisasi untuk memuaskan klien, rekan kerja, dan pemimpin (Pandi Putra et al., 2022: 204). Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melampaui standar yang diharapkan dan sangat berkaitan dengan barang, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan.

Tjiptono mengartikan kualitas pelayanan sebagai upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tetap berpegang pada cara penyampaianya guna memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sekaligus menyeimbangkan harapannya (Andi Alfianto Anugrah Ilahi, 2022: 552). Kotler dan Armstrong (2012: 681) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penjumlahan atribut suatu produk atau layanan yang berkontribusi terhadap kapasitasnya untuk memuaskan baik secara langsung maupun tidak langsung. Barang jasa berkualitas tinggi berperan besar dalam memuaskan pelanggan. Pelanggan semakin puas ketika menerima barang dan jasa yang lebih berkualitas (Andi Alfianto Anugrah Ilahi, 2022: 15). Tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dapat menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan. Memenuhi harapan pelanggan dan terus memberikan layanan dengan kualitas lebih tinggi dibandingkan pesaing adalah salah satu strategi utama untuk mempertahankan bisnis jasa. Menurut Furman Alimuddin (2022:285), memberikan pelayanan yang berkualitas merupakan suatu keharusan bagi pelaku usaha untuk berkembang dan menjaga kepercayaan pelanggannya. Pendekatan kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithaml mengukur seberapa baik bisnis menyediakan layanan berkualitas (Lupiyoadi, 2006:181).

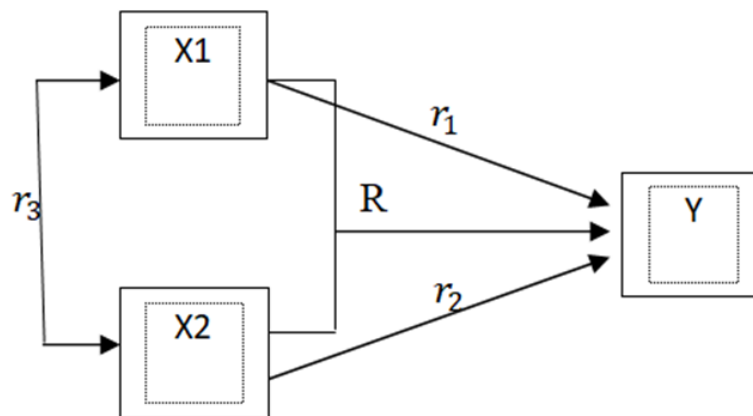
Istilah "kualitas layanan" menggambarkan pendapat pelanggan tentang komponen utama layanan, yaitu penyedia layanan atau seluruh organisasi layanan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menyatakan tuntutan akan layanan terbaik; mereka tidak lagi hanya menginginkan barang berkualitas tinggi; sebaliknya mereka ingin merasakan kenyamanan dalam pelayanannya (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasundar (2006:44). Kualitas layanan ditentukan sebagai sejauh mana perbedaan harapan pelanggan dan layanan aktual yang mereka terima (Rambat Lupiyoadi, 2011:65). Membandingkan pendapat pelanggan mengenai layanan yang sebenarnya mereka terima dengan harapan mereka terhadap layanan dapat membantu menentukan kualitas layanan. Dengan menggunakan seluruh sumber daya perusahaan, kualitas layanan menjadi prioritas utama bagi bisnis (Firman Alimuddin dan Ulyana Muslimin, Ketika suatu penyedia layanan memenuhi harapan kliennya, maka dianggap memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu, memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sekaligus menyediakan apa yang mereka inginkan diperlukan untuk menjamin kepuasan mereka. Menurut definisi yang diberikan di atas, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai perilaku dan keterampilan yang dilakukan karyawan dalam suatu perusahaan dengan komitmen penuh

untuk memberikan layanan terbaik dan bermutu tinggi kepada klien, rekan kerja, dan pimpinan perusahaan (Rustan Ali dan Firman Alimuddin, 2021: 115).
H1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bahan bakar pada spbu coco 11.201.107 hm. yamin medan

Pengertian Lokasi

Lokasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis (Wang & Hsieh, 2016). Menurut Bolen (1988), setiap lokasi di planet ini mempunyai kelebihan dan kekurangan yang dapat dievaluasi. Masyarakat memandang SPBU di setiap perekonomian, baik di kota kecil, kota besar, atau kota besar, berlokasi strategis dan nyaman sehingga memungkinkan pengguna mengakses layanan mereka saat dibutuhkan (Taylor & Chansa, 2018). Terletak di persimpangan jalan atau lokasi Stavrakakis dan Chountalas (2015) lebih menyukai sudut yang mudah dijangkau dan terlihat. Lokasi adalah suatu titik atau wilayah di bumi yang dapat didefinisikan secara absolut atau relatif. Muhammad dkk. (2014).

H2: Terdapat pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian bahan bakar pada spbu coco 11.201.107 hm. yamin medan



Gambar.1 Conceptual Framework

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan statistik deskriptif. Metode statistik deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi atau membuktikan apakah ditemukan pengaruh antara Variabel independen mempengaruhi variabel dependen. khususnya antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan pembelian bahan bakar minyak.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasinya adalah konsumen atau pembeli di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin. Adapun jumlah sampel penelitian 30 orang. Tabel Isaac dan Michael dengan kesalahan pengambilan sampel sebesar 5 persen digunakan untuk pengambilan sampel.

Teknik Pengambilan Sampel

Informasi mengenai responden yang merupakan pembeli di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin bersifat rahasia, oleh karena itu pemilihan yang digunakan ialah sampel survei. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak menawarkan peluang dalam melakukan pengambilan sampel yang sama kepada setiap orang yang akan digunakan menjadi populasi. Teknik pengambilan sampel ini meliputi : Sampling Jenuh, Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh populasi sebagai sampelnya. Kondisi ini biasanya terapan jika yang menjadi populasi dalam sebuah penelitian tidak banyak, yaitu Kurang dari 30 orang. Definisi lain dari sampel jenuh adalah sampel populasi dan sensus pada sampel diambil dari seluruh anggota populasi. Karakteristik Responden berikut digunakan untuk memilih sampel:

1. Karakteristik pembeli Aktif SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin berdasarkan jenis kelamin. Untuk presentase mengambil KUR Mikro laki-laki Sebanyak 85 % dan untuk presentase sebanyak 15 %.
2. Karakteristik pembeli SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin berdasarkan frekuensi pembelian. Untuk presentase melakukan pembelian bahan bakar <10 kali Sebanyak 20 % dan untuk presentase > 10 kali sebanyak 80 %.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan dibawah ini:

Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan untuk dijawab. Pertanyaan tersebut bisa berupa pertanyaan secara langsung ataupun pertanyaan tertulis.

Studi Kepustakaan

Menurut Nazir, penelitian dengan studi kepustakaan dimana data dikumpulkan lalu menganalisis literatur yang sudah didapatkan. Literatur tersebut dapat berupa buku-buku, jurnal, Catatan, begitu juga laporan, jelas berkaitan dengan masalah yang ingin Anda selesaikan.

Observasi

Observasi ialah teknik pengumpulan data yang mempunyai keistimewaan dari pada teknik pengumpulan data lainnya seperti wawancara, survei dan juga kusioner. Jika teknik pengumpulan data dengan wawancara dan survei mengharuskan seorang peneliti untuk berkomunikasi dengan para responden atau informan, tentunya berbeda dengan observasi. Observasi tidak hanya fokus pada responden akan tetapi pada objek alam dan objek pada data penelitian lainnya. Observasi digunakan sebagai penginputan data jika penelitian yang dilakukan terkait dengan topik mengenai perilaku manusia, alur kerja, fenomena alam, dan apabila jumlah objek penelitian yang akan diamati tidak begitu banyak.

Uji validitas dan reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dapat dipresentasikan di bawah ini berdasarkan ketentuan jika Apabila rhitung melebihi rtabel (0,361) atau nilai sig kurang dari 0,05 maka pernyataan item tersebut valid. Hasil uji reliabilitas dilakukan dengan teknik seluruh item pernyataan yang telah valid diinput lalu dihitung dengan Koefisien Cronbach's alpha Bila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6 maka instrumen penelitian dapat diandalkan.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan diujikan dengan ketentuan jika rhitung rtabel (0,361) atau nilai sig < 0,05. Untuk variabel X_1 (kualitas Pelayanan) (1) variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena nilai rhitung > rtabel (0,361) atau nilai sig < 0,05. Untuk variabel X_2 (Lokasi) (2) variabel lokasi dinyatakan valid karena nilai rhitung > rtabel (0,361) atau nilai sig < 0,05. Untuk variabel X_3 (Keputusan Pembelian) (3) variabel Keputusan pembelian dinyatakan valid karena nilai rhitung > rtabel (0,361) atau nilai sig < 0,05.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah diuji sebelumnya seluruh item pertanyaan dipresentasikan reliabel diukur menggunakan Jika koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka instrumen penelitian disajikan secara akurat. Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan nilai Cronbach's Alpha 0,951 dengan N of Item 8. Untuk Variabel Lokasi (X_2) (X_2) mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,933, dengan N dari Item 10. Untuk variabel suku bunga (X_3) dengan Cronbach's Alpha 0,941 dengan N of Item 10.

Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh data dipresentasikan dibawah ini.

Tabel.1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a ,	Mean	,0000000
	Std. Deviation	12,42290023
Most Extreme Differences	Absolute	,148
	Positive	,097
	Negative	-,148
Test Statistic		,148
Asymp. Sig. (2-tailed)		,132 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov pada variabel kualitas pelayanan (X1) dapat diperoleh Nilai signifikansinya sebesar 0,132 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa nilai sisa mengikuti distribusi normal

Uji Normalitas Variabel Tingkat Suku Bunga

Tabel.2 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	12,44943927
Most Extreme Difference ^s	Absolute	,145
	Positive	,094
	Negative	-,145
Test Statistic		,145
Asymp. Sig. (2-tailed)		,121 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji normalitas Kolmogorov Smirnov yang telah dilakukan pada variabel Lokasi (X2) dapat dipresentasikan Tingkat signifikansinya adalah 0,121, lebih tinggi dari ambang batas 0,05. Dan ditarik kesimpulan nilai residual berdistribusi Normal.

Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameter s ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	12,44943927
Most Extreme Difference s	Absolute	,120
	Positive	,094
	Negative	-,142
Test Statistic		,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji normalitas Kolmogorov Smirnov pada variabel Tingkat Suku Bunga (X2) diperoleh nilai signifikansi 0,102 > 0,05. Ditarik kesimpulan nilai residual berdistribusi Normal.

Uji Linearitas

Berdasarkan uji linearitas variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh hasil uji linearitas nilai Sig. Deviation Linearitas sebesar 0,423 > 0,05 menunjukkan adanya hubungan linier antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Berdasarkan uji linearitas variabel tingkat suku bunga (X2). Diperoleh hasil uji linearitas nilai Sig. Deviation from Linearitas sebesar 0,406 > 0,05 menunjukkan adanya hubungan linier antara lokasi dengan Keputusan pembelian. Berdasarkan uji linearitas variabel secara simultan. kualitas pelayanan (X1) dan variabel tingkat suku bunga (X2). Nilai Sig ditentukan dengan menggunakan hasil uji linearitas. Penyimpangan linearitas sebesar 0,432 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan linier antara kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian.

Uji Regresi Berganda

Pengujian hipotesis pertama (H1) menghasilkan nilai Sig. Nilai t antara X1 terhadap Y sebesar 0,221 lebih kecil dari 3,32 dan 0,624 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan H1 diterima, artinya X1 berpengaruh terhadap Y. Pengujian hipotesis kedua (H2) menghasilkan nilai Sig. Nilai t hitung X1 terhadap Y sebesar

0,820 lebih kecil dari 3,32 dan 0,161 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan H1 diterima, artinya X2 berpengaruh terhadap Y.

Tabel. 4 ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	468,125	2	234,062	1,451	,785 ^b
	Residual	4355,075	27	161,299		
	Total	4823,200	29			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Dari uji hipotesis ketiga X1 dan X2 Tingkat signifikansi untuk mengetahui pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah Sebesar $0,785 < 0,05$ dan $f \text{ hitung } 4,55 > f \text{ tabel } 3,32$ berarti H3 diterima yang berarti X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y secara simultan. Dari hasil Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan adalah diberikan oleh para karyawan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. (2) Selain kualitas pelayanan, lokasi merupakan aspek yang sangat berpengaruh dari keputusan konsumen untuk melakukan pengisian BBM(3) Dapat dikatakan bahwa terdapat 2 hal yang menjadi pertimbangan para konsumensebelum melakukan pembelian yaitu ualitas pelayanan dan juga lokasi. Kedua hal ini tentunya berpengaruh satu sama lain.

PEMBAHASAN

Dari hasil Nilai sig untuk hipotesis pertama (H1). Nilai t antara X1 terhadap Y sebesar 0,221 lebih kecil dari 3,32 dan 0,624 lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya H1 dapat diterima. X1 memberikan pengaruh pada Y. Terdapat pengaruh perantara kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dengan keputusan pembelian konsumen.Hal ini didasarkan pada nilai t hitung darivariabel kualitas pelayanan memiliki nilai lebih besar dari t tabel, maka Apabila nilai t hitung variabel kualitas pelayanan lebih besar dari t tabel maka hipotesis yang dinyatakan benar. Memberikan layanan berkualitas akan memberikan akan memberikan presentaseyang positif bagipara pelanggan. Pelanggan akan merasa puas ketika para karyawan dapat menghormati dan memberikan pelayan kepada para calon konsumen, sehingga memberikan layanan berkualitas tinggi membuat para konsumen melakukan transaksi berulang sehingga menimbulkan loyalitas, sedangkan pelanggan yang memiliki rasa tidak puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh petugasakan memutuskan untuk tidak bertransaksi lagi di SPBU

tersebut dan menjadi pelanggan di SPBU lain. Hal ini tentunya mengakibatkan berkurangnya pendapatan bagi pihak SPBU. Perusahaan harus berusaha terus untuk membangun dan membentuk citra perusahaan miliknya hingga menciptakan reputasi yang baik dimata para konsumen, Reputasi perusahaan menggabungkan konsep citra dan kualitas perusahaan pelayanan secara umum (Tjiptono, 1999: 133). Selain itu pelayanan mempengaruhi pembelian juga dibuktikan melalui dalam penelitian yang dilakukan oleh Markus (2020) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan kredit para konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan Temuan penelitian dan kualitas layanan yang diberikan oleh para karyawan di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan sudah memberikan presentase Kualitas pelayanan cukup memuaskan. Beberapa indikator mendukung hal ini yang telah ditentukan dalam penelitian yaitu bukti langsung (observasi), reliabilitas, respon, jaminan, komunikasi dan rasa kepedulian yang di rasa baik oleh responden. Data pendukung yang dapat dilihat secara langsung antara lain kondisi ruang pendingin, terdapat mini market di area SPBU sehingga para konsumen bisa beristirahat sejenak ,terdapat ruang shola (musholla), toilet yang bersih dan terdapat ruang tunggu untuk para tamu yang nyaman. Menurut responden yang lain, kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan sudah cukup baik, namun terdapat beberapa kondisi yang membuat konsumen merasa kurang nyaman dan kesusahan yaitu tempat parkir yang tidak luas sehingga menyulitkan mobil maupun sepeda motor untuk parkir. Kualitas pelayanan meliputi kecepatan para staf karyawan di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan dalam proses pengisian bahan bakar, keakuratan dan efisiensi staf. Menurut responden, seluruh aspek keandalan khususnya kecepatan layanan pengisian bahan bakar, akurasi dan kinerja staf adalah baik. Daya tanggap dalam kualitas pelayanan mencakup seberapa cepat karyawan menanggapi dan menyelesaikan keluhan pelanggan.

Menurut responden, kecepatan respon dan penyelesaian pengaduan pelanggan sebanyak pengaduan masalah pelanggan dinilai baik, oleh karena itu nasabah menilai puas terhadap penerimaan pengaduan nasabah kepada SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan. Penjaminan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak SPBU mencakup pengetahuan staf, keramahan, kesopanan, kemampuannya dalam memberikan rasa aman kepada para konsumen dalam proses transaksi dan menciptakan kepercayaan pada pelanggan. Selain itu, pengetahuan, kebaikan, kesopanan pegawai, juga menciptakan kepercayaan para konsumen di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan merasa nyaman dan aman transaksi dengan SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan.

Nilai Sig berasal dari uji hipotesis kedua (H2). Nilai t hitung untuk X1 vs. Y adalah 0,820, lebih kecil dari 3,32, dan 0,376 lebih besar dari 0,05. Diterimanya H2 berarti mempunyai pengaruh terhadap X2 dan Y. Oleh karena itu lokasi tentunya sangat berpengaruh terhadap keputusan para konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. Hal ini didasarkan oleh karena nilai t hitung variabel lokasi lebih besar dari t tabel maka hipotesis dianggap diterima. Alfred Weber (1909: 122) menyatakan bahwa lokasi bisnis dapat memengaruhi tingkat penjualan dan keberhasilan perusahaan. Faktor seperti aksesibilitas, keberadaan pesaing, dan keberlanjutan lalu lintas dapat memainkan peran kunci dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Pengertian di atas tentunya telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Fahrion (2015). Diperoleh hasil penelitian tersebut menyatakan lokasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan para konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang diketahui serta pengamatan penulis jelas bahwa responden menganggap lokasi SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin sangat baik.

Hal ini dapat dilihat dari indikator lokasi, perbandingan dengan SPBU lain, aksesibilitas, ekonomi lokal, infrastruktur, tingkat persaingan. Menurut responden lokasi SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin sudah sangat strategis. Responden juga beranggapan lokasi SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin memiliki jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dari rumah mereka, selain itu lokasi dari SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin juga dinilai berada di lokasi yang strategis yaitu dan mudah diakses oleh para konsumen. Beberapa responden membandingkan letak lokasi SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin dengan lokasi SPBU yang berada di sekitarnya, hasilnya ialah lokasi yang ditetapkan untuk didirikannya SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin dianggap sangat strategis dan mudah diakses tanpa ada halangan apapun dibandingkan dengan lokasi SPBU yang ada di sekitarnya. Dari hasil uji hipotesis kedua (H3) dapat dilihat Nilai sig antara X1 dan Y sebesar 0,161 lebih besar dari 0,05, dan nilai t sebesar 0,820 kurang dari 3,32. Artinya H3 dapat diterima. X1 dan Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh paling besar dengan koefisien sebesar 0,624. Variabel lokasi (X2) mempunyai pengaruh sebesar 0,161 persen.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil pembahasan yang paparkandiatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Pada hasil kategorisasi dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin dapat dikatakan sudah cukup baik, lokasi SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin juga sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan hasil kategori keputusan pembelian bahan bakar di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin menyatakan bahwa responden merasa nyaman hal tersebut tentunya berpengaruh ketika menentukan SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin sebagai SPBU yang diminati pelanggan dalam melakukan pengisian bahan bakar.
2. Kualitas pelayanan di nyatakan sangat berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian bahan bakar.

3. Lokasi juga dinyatakan sangat berpengaruh positif terhadap keputusan para konsumen untuk melakukan pembelian bahan bakar di SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin
4. Dari presentase uji regresi berganda yang telah dilakukan, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang paling besar yaitu 0,624. Sedangkan Variabel lokasi (X2) hanya memiliki pengaruh sebesar 0,161.

PENELITIAN LANJUTAN

Masih melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih jauh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar pada SPBU COCO 11.201.107 Hm. Yamin Medan

DAFTAR PUSTAKA

- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(1), 104-112.
- DAWIR, C. M. (2022). Pengaruh Lokasi, Reputasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Pt. Lahai Roi (Doctoral dissertation, Podomoro University).
- Ilham, M. N., Amelia, A., & Murni, M. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Mengunjungi D'Energy Cafe di Area SPBU Lamsayuen Aceh Besar. Jurnal Mirai Management, 8(3).
- Ningsih, D., & Aprianti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bbm Subsidi Jenis Pertalite (Studi Kasus Di Spbu 34.40128 Surapati Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Sangga Buana YPKP).
- Juliany, E. (2021). Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Rantauprapat (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214. 225). Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA), 2(1), 162-173.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 11(2), 85-98.
- Miranti, L. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Islami, Kualitas Pelayanan, dan Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.(Studi Kasus Pada Konsumen SPBU 4459103 Di Wedarijaksa Pati) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Umam, H. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Spbu Pertamina (Kutabumi).
- Zheng, R., & Pramudana, C. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar pada SPBU Singapore Station Katamso Medan. Journal of Sustainable Business Hub, 2(1), 18-51.