



PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET POINT CASA DE PARCO DI TANGERANG SELATAN

THE EFFECT OF PRICE AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS AT INDOMARET POINT CASA DE PARCO IN SOUTH TANGERANG

Yusup Sulaeman¹, Ahmad M Irfanudin²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : sulaemanyusup29@gmail.com^{1*}, dosen01868@unpam.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 22-07-2025

Revised : 24-07-2025

Accepted : 26-07-2025

Published : 28-07-2025

Abstract

This study aims to determine the influence this study aims to determine the effect of product quality and promotion on purchasing decisions on fashion bloods products at the Cikupa branch, Tangerang. the method used in this study is an associative method with a quantitative approach. The population is 12,657, the sampling technique used is the proportional random sampling technique using the slovin formula for a sample of 100 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, partial t test and f test. The results of this study indicate that partially there is a positive and significant influence between product quality on purchasing decisions on fashion bloods products in the Cikupa branch, Tangerang, this can be evidenced by the value of tcount 13.639 > ttable 1.660 with a significance of 0.000 < 0.1. Partially there is a positive and significant influence between promotions on purchasing decisions on fashion bloods products at the cikupa tangerang branch, this can be proven by the tcount value of 5.447 > t table 1.660 with a significance of 0.000 < 0.1. Simultaneously there is a positive and significant influence between product quality and promotion on purchasing decisions on fashion bloods products in the cikupa tangerang branch, this can be proven from the multiple linear regression equation $Y = 13.435 + 0.484X_1 + 0.147X_2$. The coefficient of determination is 67.6%. The correlation value is 0.822. And the f count value is 101.404 > f table 3.94 with a significant level of 0.000 < 0.1.

Keywords: Price, location, purchase decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada indomaret point casa de parco dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi sebanyak 91.250 orang, teknik sampling yang digunakan adalah metode teknik *proportional random sampling* dengan menggunakan rumus slovin sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji f. Hasil penelitian ini menyatakan secara parsial terdapat



pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada indomaret point casa de parco, hal tersebut dapat dibuktikan nilai t hitung $2,890 > t$ tabel $1,660$ dengan signifikansi $0,005 < 0,05$. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada indomaret point casa de parco, hal tersebut dapat dibuktikan nilai t hitung $5,082 > t$ tabel $1,660$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada indomaret point casa de parco, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y = 19,630 + 0,242X_1 + 0,629X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar $23,2\%$. Nilai korelasi sebesar $0,481$. Serta nilai f hitung $14,611 > F$ tabel $3,94$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,1$

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Keputusan Pembelian sangat penting dalam sebuah perusahaan, dengan adanya Keputusan Pembelian maka menjadi tolak ukur sebuah keberhasilan yang tercipta bagi suatu perusahaan. Maka semakin tinggi Keputusan Pembelian dari suatu perusahaan, semakin tinggi pula keberhasilan yang didapatkan oleh perusahaan tersebut. Keputusan Pembelian merupakan hasil kerja dalam suatu periode, biasanya satu tahun. Kemudian Keputusan Pembelian dapat diukur dari kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Berikut data hasil Keputusan Pembelian Indomaret Point Casa De Parco periode tahun 2020– 2022:

Tabel 1.1
Pencapaian Target Penjualan Indomaret Point CDP

Tahun	Target Penjualan /Tahun	Pencapaian Terpenuhi	persentase	Keterangan
2020	Rp 2.420.000.000	Rp 2.310.000.000	95,5%	Belum Terpenuhi
2021	Rp 2.730.000.000	Rp 2.620.000.000	95,9%	Belum Terpenuhi
2022	Rp 2.920.000.000	Rp 2.855.000.000	97,7%	Belum Terpenuhi

Sumber: Bagian Kepegawaian Indomaret Casa De Parco 2022

Berdasarkan pada tabel diatas, pencapaian target penjualan pada tahun 2020 hanya mencapai Rp 2.310.000.000, pada tahun 2021 mencapai Rp 2.620.000.000 , dan tahun 2022 mencapai Rp 2.855.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurang maksimalnya Keputusan Pembelian dalam mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen adalah Harga. Keputusan Pembelian yang baik bukanlah suatu hal yang datang tiba-tiba atau tak disangka-sangka namun semua adalah proses dan itu dipengaruhi oleh Harga yang tinggi dan Lokasi yang sangat optimal. Tanpa adanya Harga maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian tersebut. Berikut data perbandingan Harga Indomaret Point Casa De Parco yang lebih mahal dari toko lain:



Tabel 1.2
Perbandingan Harga Indomaret Point CDP dengan Alfamart

NO	Produk	Harga			Keterangan
		Indomaret CDP	Alfamart	Toko Retail Lain / Warung	
Jenis Produk Food & Beverage					
1	Sampoerna Mild	Rp 35.000	Rp 32.000	Rp. 31.000	Lebih mahal
2	Aqua 600ml	Rp 9.000	Rp 3.800	Rp. 3.000	Lebih mahal
3	Aqua 1500ml	Rp 12.000	Rp 6.800	Rp. 6.000	Lebih mahal
4	Pop mie	Rp 9.000	Rp 5.400	Rp. 5.000	Lebih mahal
5	Floradina	Rp 5.000	Rp 3.200	Rp. 3.000	Lebih mahal
Jenis Produk Household					
1	Sunlight	Rp 13.900	Rp. 11.900	Rp. 10.500	Lebih mahal
2	Rinso 500ml	Rp.16.100	Rp. 14.400	Rp. 14.000	Lebih mahal
3	Lifebuoy cair400ml	Rp 28.500	Rp. 25.300	Rp. 25.000	Lebih mahal
Jenis Produk Obat-obatan					
1	Promag	Rp. 12.500	Rp. 11.900	Rp. 10.000	Lebih mahal
2	Paramex	Rp. 3.900	Rp. 3.500	Rp. 3.000	Lebih mahal
3	Pandol	Rp. 16.400	Rp. 15.800	Rp. 15.000	Lebih mahal

Sumber : HRD Indomaret Casa De Parco, 2022

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa beberapa pruduk Pada Indomaret Point Casa De Parco harganya lebih tinggi di dibandingkan dengan Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa Harga Indomaret Point Casa De Parco lebih mahal dari harga Alfamart karena lokasi Indomaret Point sering kali strategis di area dengan mobilitas tinggi, seperti perkantoran, stasiun, atau area apartemen

Tabel 1.3
Lokasi Indomaret point Casa De Parco

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Indomaret Cassa De Parco memberikan harga produk lebih murah dari perusahaan lainnya	18	12
2	Akses menuju Indomaret Cassa De Parco mudah	12	18
3	Selalu update harga setiap hari	16	14
4	Indomaret Cassa De Parco memiliki pelayanan yang sangat baik	20	10

Sumber: Hasil Pra - Survey

Dari Tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa masih kurang strategis lokasinya indomaret casa de parco. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas keputusan pembelian dalam setiap penjualan

KAJIAN PUSTAKA

1. Harga

Menurut Adi dalam (Anisa, Solihin, et al., 2023:84) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang alat ukur, terhadap sesuatu barang tersebut. Penetapan harga yang tepat sangat perlu dilakukan oleh setiap pelaku usaha, harga yang ditentukan perusahaan harus didasarkan pada sebuah tujuan diantaranya untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin, tentunya dengan sudah memperhitungkan biaya oprasional maupun produksi yang sudah dikeluarkan perusahaan



2. Lokasi

Pengertian Lokasi Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2019:92) “lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”. Pendapat mengenai lokasi dari para ahli tersebut, sampai pada pemahaman penulis 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 konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya

3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:177), “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide maupun pengalaman dengan tujuan memuaskan keinginan dan kebutuhan.”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Harga (X₁)

No	Kode Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,417	0,1663	Valid
2	X1.2	0,565	0,1663	Valid
3	X1.3	0,660	0,1663	Valid
4	X1.4	0,810	0,1663	Valid
5	X1.5	0,724	0,1663	Valid
6	X1.6	0,581	0,1663	Valid

Sumber : Sumber: Data olahan spss 29

Berdasarkan hasil dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pada variabel Harga Dari ke 6 kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid. Karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.



Tabel 4.9
Uji Validitas Lokasi (X2)

No	Kode Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,690	0,1663	Valid
2	X2.2	0,680	0,1663	Valid
3	X2.3	0,604	0,1663	Valid
4	X2.4	0,689	0,1663	Valid
5	X2.5	0,634	0,1663	Valid
6	X2.6	0,520	0,1663	Valid

Sumber: Data olahan spss 29

Berdasarkan hasil dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa pada variabel Lokasi Dari ke 6 pernyataan tersebut dinyatakan valid. Karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4. 10
Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Kode Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,414	0,1663	Valid
2	X2.2	0,496	0,1663	Valid
3	X2.3	0,609	0,1663	Valid
4	X2.4	0,538	0,1663	Valid
5	X2.5	0,694	0,1663	Valid
6	X2.6	0,624	0,1663	Valid
7	X2.7	0,709	0,1663	Valid
8	X2.8	0,694	0,1663	Valid
9	X2.9	0,735	0,1663	Valid
10	X2.10	0,652	0,1663	Valid

Sumber: Data olahan spss 29

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pada variabel Keputusan Pembelian Dari ke 10 pernyataan tersebut dinyatakan valid. Karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.11
Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Cronbach's Alpha	Keputusan
Harga (X1)	0,752	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	0,755	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,752	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan spss 29

Berdasarkan data yang di lihat dari tabel 4.11 di ketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk tiap tiap variabel mendapatkan nilai di atas 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan dan pertanyaan yang ada di dalam kuesioner adalah reliabel.



3. Uji Normalitas

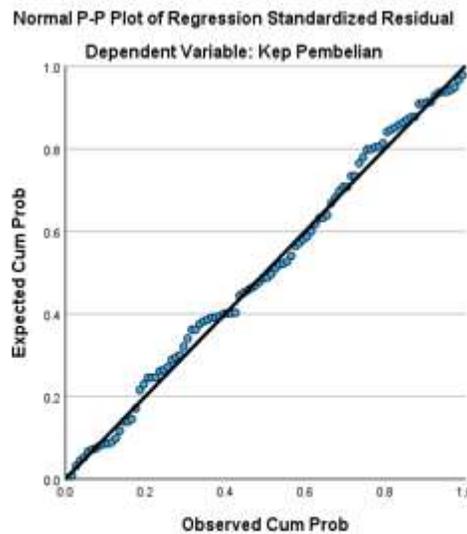
Tabel 4.12
Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.71241071	
Most Extreme Differences	Absolute	.050	
	Positive	.034	
	Negative	-.050	
Test Statistic		.050	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.788	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.777
		Upper Bound	.798

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah SPSS 29

Uji Kolmogorov-Smirnov dengan derajat kebebasan 100 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang bernilai lebih dari tingkat signifikansi penelitian yaitu 0,05.



Sumber : Lampiran Output SPSS 29

Gambar 4.3
P-P Plot Uji Normalitas – Diagram Penyebaran Titik Residual

Melihat tampilan grafik normal probability plot di atas, dapat disimpulkan bahwa pada grafik normal probability plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal



4. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 7
Hasil Uji Multikolinearitas

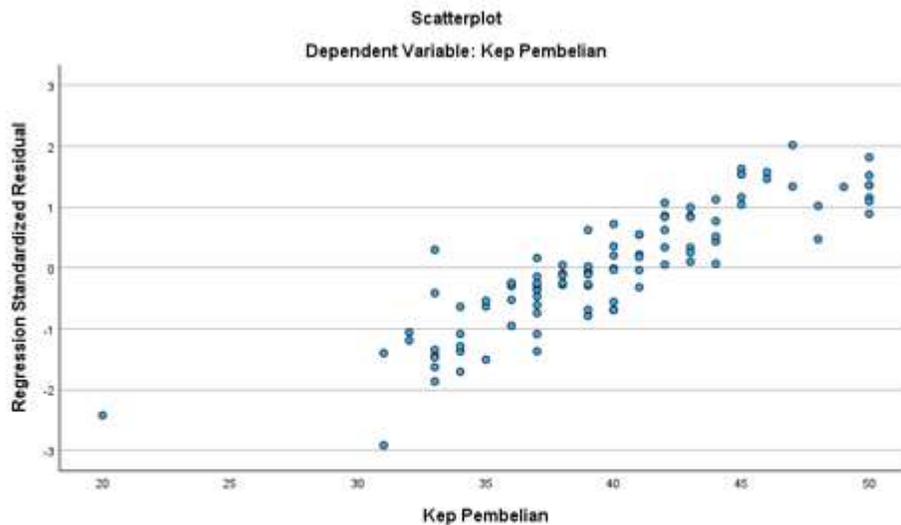
Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.630	3.954		4.965	<.001		
	Harga	.242	.142	.159	1.702	.092	.912	1.097
	Lokasi	.629	.143	.410	4.394	<.001	.912	1.097

a. Dependent Variable: Kep Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 29

Pada tabel diatas, maka dapat diketahui nilai tolerance variabel Harga dan Lokasi sebesar $0,912 > 0,10$ dan nilai VIF variabel Lokasi dan Harga sebesar $1,097 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Lokasi tidak terjadi gejala multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Lampiran Output SPSS 29

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan diagram pencar, ditemukan bahwa titik titik tersebar cukup merata dan tidak berkumpul secara ekstrem pada suatu titik dan tidak pula membentuk sebuah pola sehingga dapat diputuskan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi dan data dapat dianalisis dengan regresi linear berganda



6. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16
Regresi Linier Berganda Harga (X₁) dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan pembelian (Y) Secara Simultan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.630	3.954			4.965	<,001		
	Harga	.242	.142	.159		1.702	.092	.912	1.097
	Lokasi	.629	.143	.410		4.394	<,001	.912	1.097

a. Dependent Variable: Kep Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 19,630 + 0,242X_1 + 0,629X_2$$

- Konstanta sebesar 19,630 artinya jika variabel Harga dan variabel Lokasi, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 19,630.
- Nilai regresi 0,242X₁ (positif) artinya apabila variabel Harga (X₁) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel Lokasi(X₂) dalam keadaan tetap, maka keputusan pembelian(Y) akan meningkat sebesar 0,242 satuan.
- Nilai regresi 0,629X₂ (positif) artinya apabila variabel Lokasi (X₂) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel Harga (X₁) tetap, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,629 satuan

7. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.20
Koefisien Korelasi Harga (X₁) Dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Simultan

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	.481 ^a	.232	.216	4.761	.232	14.611	2	97	<,001

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Data diolah SPSS 29

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X₁) dan Lokasi (X₂) sebesar 0,481, masuk pada interval 0,40 - 0,599 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Harga (X₁) dan Lokasi (X₂) secara simultan terhadap variable keputusan pembelian (Y) memiliki tingkat hubungan yang (sedang) cukup kuat.

8. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.23
Koefisien Determinasi Harga (X₁) dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan pembelian (Y) Secara Simultan

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	.481 ^a	.232	.216	4.761	.232	14.611	2	97	<,001

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Data diolah SPSS 29



Berdasarkan tabel 4.23, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,232 yang artinya variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 23,2%, sedangkan sisanya di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain

9. Uji Hipotesis

Tabel 4.24
Uji T Harga (X₁) Terhadap Keputusan pembelian (Y) Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.884	3.477		8.594	<,001
	Harga	.428	.148	.280	2.890	.005

a. Dependent Variable: Kep Pembelian
Sumber: Data diolah SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.24 tersebut dapat diketahui bahwa nilai thitung 2,890 > t_{tabel} 1,660 dengan signifikansi 0,005 < 0,05 maka H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima menandakan bahwa Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Tabel 4.25
Uji t Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan pembelian (Y) Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.580	3.232		7.297	<,001
	Lokasi	.701	.138	.457	5.082	<,001

a. Dependent Variable: Kep Pembelian
Sumber: Data diolah SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.25 tersebut dapat diketahui bahwa nilai thitung 5,082 > t_{tabel} 1,660 dengan signifikan 0,001 < 0,05 maka H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima menandakan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.26
Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	662.285	2	331.143	14.611	<,001 ^b
	Residual	2198.475	97	22.665		
	Total	2860.760	99			

a. Dependent Variable: Kep Pembelian
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga
Sumber: Data diolah SPSS 29

Berdasarkan Tabel 4.26 diperoleh nilai F_{hitung} 14,611 > F_{tabel} 3,94 dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,1 dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan Harga (X1) dan Lokasi(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Indomaret Point Cassa De Parco, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 29,884 + 0,428X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,280. Nilai koefisien determinasi sebesar 7,9%, dan nilai $t_{hitung} 2,890 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,001 < 0,1$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima menandakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 23,580 + 0,701X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,457. Nilai koefisien determinasi sebesar 20,9%, dan nilai $t_{hitung} 5,082 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,001 < 0,1$ maka H_{01} ditolak dan H_{a2} diterima menandakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y = 19,630 + 0,242X_1 + 0,629X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,481. Nilai koefisien determinasi sebesar 23,2%. Serta nilai $F_{hitung} 14,611 > F_{tabel} 3,94$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Point Cassa De Parco

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing
- Dwi Putra Hendro Arianto (2020) *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae* (ISSN: 2461-0593, Volume 9, Nomor 6, Juni 2020)
- Enggar Wicakso, Suprihatmi Sri Wardiningsih, dan Setya Ningsih Sri Utami (2017) *Pengaruh Harga, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Kepuasan Pada Komsumen* (Vol. 17 No. 1 Maret 2017)
- Evi L uciana Prastik (2017) *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Rampok Surabaya* (ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017)
- Fauzen Octavian Suparno (2019) *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitasn Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Wisata Semanggi* (ISSN: 2461-0593, Vol. 8, Nomor 5, Mei 2019)
- Febriano Clinton Polla, Lisbeth Mananeke dan Rita N taroreh (2018) *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea* (ISSN 2303-1174, Vol.6 No.4 September 2018)
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary.(2014). *prinsip-prinsip Manajemen*, edisi 14, Jilid 1, Jakarta: Erlangga. Tjiptono, Fandy., dan Gregorius, Chandra., (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary.(2014). *prinsip-prinsip Manajemen*, edisi 14, Jilid



- 1, Jakarta: Erlangga.
- Shairen Octavia Mihing (2021) *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lalulalang Cafe Di Surabaya* (ISSN: 2461-0593, : Volume 10, Nomor 3, Maret 2021)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Tjiptono, Fandy., dan Gregorius, Chandra., (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*.