

Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian 3 kg di Gudang Mujiyanto

Putri Anisyah¹, Muhammad Syihabuddin²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

Email: putrianisyah2005@gmail.com¹, muhammadsyihabuddin74@gmail.com²

Article History:

Received: 28 November 2025

Revised: 04 Januari 2026

Accepted: 23 Januari 2026

Keywords:

Manajemen Inovasi, Administrasi Publik, Pembaruan Sistem, Digitalisasi Layanan,

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian LPG di Pangkalan Mujiyanto. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan banyak pesaing, tetapi juga harus memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Penelitian ini menggunakan metode sampling probabilitas dengan 45 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis melalui SPSS versi 25. Temuan menunjukkan bahwa harga memiliki dampak negatif tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara lokasi memiliki dampak positif dan signifikan.

PENDAHULUAN

Liquefied Petroleum Gas (LPG) yakni sebagai sumber energi yang sudah banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia, terutama untuk keperluan rumah tangga dan usaha kecil. Ketersediaan LPG 3 kg yang merata dan harga yang terjangkau menjadi elemen krusial yang mendukung kelancaran berbagai kegiatan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pemerintah melalui PERTAMINA telah menetapkan sistem distribusi LPG melalui agen dan pangkalan resmi agar penyaluran lebih tepat sasaran. Dengan banyaknya pangkalan LPG 3 kg, konsumen sering kali mempertimbangkan banyak faktor dalam membeli gas LPG, salah satunya yaitu faktor harga dan lokasi.

Menurut Kotler dan Armstrong (Safitri, Latipah Nurma 2024), “Keputusan pembelian terjadi saat konsumen memutuskan untuk membeli, yang dipengaruhi tidak hanya oleh kebutuhan, tetapi juga faktor eksternal seperti harga dan jarak lokasi pangkalan LPG. Lokasi yang jauh sering membuat konsumen beralih ke tempat lain. Maka dari itu, letak lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen dalam mengakses produk, sedangkan harga yang kompetitif dapat meningkatkan minat pembelian. Persaingan antar pangkalan maupun pengecer juga turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan tempat pembelian.

Latar belakang studi ini adalah karena dalam dunia bisnis, perusahaan tidak hanya bersaing dengan banyak pesaing, tetapi juga harus memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Hal ini membuat persaingan menjadi semakin ketat, sehingga perusahaan sangat mengharapkan loyalitas dari pelanggan bagi produk dan jasa yang mereka tawarkan. Salah satu produk utama yaitu Gas LPG, yang dimana punya peran penting di kehidupan manusia, baik di rumah tangga maupun usaha. Dengan demikian, studi ini dilaksanakan untuk menelaah sejauh mana pengaruh faktor lokasi dan tingkat harga bagi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

LANDASAN TEORI

Harga

Harga mencerminkan pengorbanan yang harus dilangsungkan oleh konsumen sebagai konsekuensi dari keinginan mereka untuk memperoleh suatu produk. Harga merepresentasikan nilai suatu barang dalam bentuk uang, yang menjadi dasar penentuan serta pertukaran nilai barang tersebut (I Gusti Ngurah 2025). Berlandaskan penelitian, diketahui bahwa harga serta kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian LPG di pangkalan Ujang Jaelani (Oktaviani 2025). Kotler dan Armstrong (2022) menyatakan bahwa harga punya empat dimensi utama, yakni:

1. Tingkat kemampuan konsumen untuk menjangkau harga produk.
2. Kesesuaian antara harga dengan mutu barang yang ditawarkan.
3. Kecocokan antara harga dengan manfaat yang diperoleh pembeli.
4. Penetapan harga yang selaras dengan daya beli maupun tingkat persaingan pasar (Rozi and Khuzaini 2021).

Lokasi

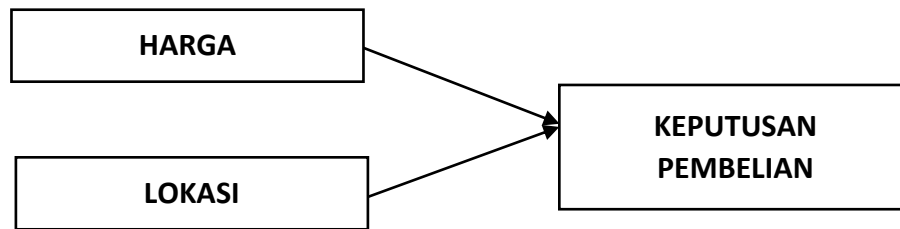
Lokasi menurut Hartati *et al.* (2021) merupakan tempat dimana suatu usaha atau sebuah kegiatan usaha tersebut berlangsung. Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh lokasi usaha. Berlandaskan penelitian (Oktaviani 2025) memperlihatkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan *Word of Mouth*, hanya lokasi yang punya dampak bagi keputusan pembelian LPG. Lokasi perusahaan sangat penting karena lokasi yang strategis dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pelanggan saat berkunjung. Menurut Tjiptono ada 4 indikator dari lokasi yaitu:

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat area parkir
2. Dan ekspansi. (Safitri, Sudirman, and Angin 2024).

Keputusan Pembelian

Menurut Anggi Mardiana (2022), keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor seperti harga, lokasi, promosi, kemudahan, dan pelayanan, serta berawal dari pengenalan kebutuhan hingga penilaian setelah membeli. Beragamnya kebutuhan individu turut memengaruhi keputusan tersebut (I Gusti Ngurah 2025). Tjiptono menyatakan bahwa sebuah keputusan pembelian merupakan salah satu proses mental yang dilalui tiap pembeli dalam membeli, menggunakan jasa untuk kebutuhan dan keinginannya (Sendi Muhamad Rizki, Suci Putri Lestari, and Arif Arif 2024). Berlandaskan penelitian (Agatha Putri 2022) bahwa hasil dari uji hipotesis harga, promosi serta kualitas produk punya pengaruh signifikan dan positif bagi keputusan pembelian *smarttphone* oppo. Kotler Philip (2021) mengemukakan bahwa keputusan pembelian dapat diukur melalui beberapa aspek, yakni:

1. Keyakinan bagi mutu produk,
2. Pola kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian,
3. Pengaruh atau saran dari pihak lain, dan
2. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali (Maryati and Khoiri.M 2021).

Kerangka Penelitian**Gambar 1. Kerangka pemikiran****METODE PENELITIAN****Objek Penelitian**

Objek penelitian merujuk pada lokasi penelitian. Dalam studi ini, objeknya meliputi konsumen yang pernah membeli gas LPG 3 kg di Pangkalan Mujiyanto.

Jenis Penelitian

Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan menyebarkan angket kepada konsumen di Pangkalan Mujiyanto melalui platform Google Form. Berlandaskan pendapat Marojahan (2020), pendekatan berbasis kuantitatif diterapkan untuk memperoleh gambaran kuantitatif mengenai pandangan, sikap, perilaku, serta berbagai aspek lain yang diukur melalui data berbentuk angka yang dapat mewakili populasi secara lebih luas (Waruwu *et al.* 2025). Fokus utama studi ini ialah menelaah sejauh mana faktor harga dan lokasi, secara terpisah, memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian LPG 3 kg.

Sumber Data

Data dalam studi ini didapat secara langsung lewat pengisian kuesioner berbasis Google Form yang dipakai sebagai sumber data primer yang bertujuan untuk memperoleh informasi secara jelas serta keterangan yang relevan (Elva Fazirah 2022).

Metode Penelitian

Studi ini memakai metode pendekatan kuantitatif dari kuesioner yang disebarkan. Menurut Kittur (2023), pendekatan kuantitatif yaitu investigasi terstruktur yang data numerik dikumpulkan lalu dianalisa menggunakan metode matematika dan statistik, terutama untuk mengukur dari sikap, keyakinan, dan perilaku sebagai dasar pengambilan keputusan (Waruwu *et al.* 2025). Data berupa angka dikumpulkan dan dianalisis secara statistik untuk memastikan keandalannya. Setelah kuesioner disebarkan, data diolah menggunakan sistem SPSS 25.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel merupakan aspek esensial dalam proses penelitian yang berperan menentukan keabsahan dan daya generalisasi hasil studi. Dalam pendekatan kuantitatif, peneliti menekankan pada pengukuran objektif, di mana sampel dipandang sebagai cerminan statistik dari keseluruhan populasi. Setiap individu yang menjadi bagian dari sampel dikenal sebagai responden, yakni pihak yang memberikan jawaban atau informasi sesuai dengan tujuan penelitian.

Populasi mencakup seluruh objek penelitian, sedangkan sampel adalah bagian yang dipilih untuk mewakilinya dalam pengumpulan dan analisis data (Safitri, Latipah Nurma 2024). Studi ini menerapkan teknik probability sampling dengan jumlah populasi sejumlah 80 pelanggan dan

tingkat kepercayaan (d) sejumlah 10%. Dengan demikian, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin berikut:

Rumus *Slovin*:

$$\begin{aligned} n &= N / Nd^2 + 1 \\ &= 80 / 80(0,1)^2 + 1 \\ &= 80(0,01) + 1 \\ &= 80 / 1,8 \\ &= 44,44 \end{aligned}$$

Untuk memudahkan dalam meneliti maka peneliti membulatkan sampel dari 44,44 menjadi 45 sampel.

Keterangan:

n = jumlah dari sampel
N = jumlah dari populasi
D = presisi (10%)

Definisi Variabel

Variabel dalam penelitian adalah karakteristik, ciri, atau atribut yang dimiliki oleh suatu objek, individu, maupun aktivitas, yang memperlihatkan perbedaan atau variasi di antara satu dengan yang lain. Unsur ini ditentukan oleh peneliti sebagai fokus kajian guna memperoleh data, melakukan analisis, serta merumuskan kesimpulan penelitian.

Pengukuran Variabel

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa skala pengukuran merupakan sistem kesepakatan yang dijadikan dasar untuk menetapkan besar atau kecilnya interval pada suatu instrumen pengukuran, sehingga penggunaan alat tersebut dapat menghasilkan data dalam bentuk angka atau kuantitatif (Djuli Sjafei Purba *et al.* 2021).

Teknik Analisa Data

Analisis data menggunakan SPSS.

Uji Instrumen Mencakup Uji Validitas dan Reabilitas

Instrumen dinilai valid jika setiap item pertanyaan mencerminkan konsep yang diukur dan nilai *r* hitung positif serta > dari *r* tabel (Aris Dwi Kurniawan 2020).

Sementara itu, Hair dkk. (2021) menjelaskan bahwa uji reliabilitas bertujuan menilai tingkat konsistensi internal dari sejumlah indikator yang dipakai untuk mengukur suatu konstruk. Uji ini menghasilkan koefisien yang memperlihatkan keandalan variabel tersebut. Dalam aplikasi SPSS, reliabilitas umumnya diuji menggunakan statistik Cronbach's Alpha (α). Menurut Sugiyono (2017), suatu konstruk dinilai reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 (Aris Dwi Kurniawan 2020).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk memastikan keabsahan hasil pengujian, diperlukan verifikasi apakah data telah mengikuti pola distribusi normal. Berlandaskan uji Kolmogorov-Smirnov, data dinilai berdistribusi normal apabila nilai *asym.sig* (2-tailed) yang diperoleh > dari 0,05 (Djuli Sjafei Purba *et al.* 2021).

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas muncul ketika antarvariabel bebas dalam model regresi punya hubungan linear yang sangat kuat atau hampir sempurna. Kondisi ini menandakan adanya keterkaitan linear penuh di antara sebagian atau seluruh variabel independen. Pendeteksian adanya gejala tersebut dilangsungkan melalui perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Apabila VIF bernilai kurang dari 10 dan nilai (Mardiatmoko Gun 2020).

Uji Heterokedastisitas

Uji ini punya tujuan memeriksa adanya ketidaksamaannya varian antar residu observasi dalam model regresi menurut Ghazali, 2018. Metode yang dipakai yakni uji Glejser, sebuah uji hipotesis yang dipakai untuk mendeteksi heteroskedastisitas pada model regresi.

Penentuan ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi linier dilangsungkan melalui pengujian probabilitas pada nilai F-Statistik. Apabila nilai probabilitas F-hitung melebihi 0,05, maka model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Namun, jika nilai tersebut berada di bawah 0,05, berarti model mengalami masalah heteroskedastisitas. (Feronika, Anderson, and Hnly 2024).

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode statistik yang menjelaskan secara lebih rinci hubungan antara beberapa variabel (Rosario, Soegoto, and Mandagie 2025). Berikut adalah rumusan dari analisis sebuah regresi berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pada pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel *independent*

X₁ = Harga

X₂ = Lokasi

e = Error (diasumsikan nilai 0)

Uji Hipotesis yang mencakup uji parsial (T)

Uji T merupakan metode pengujian koefisien regresi parsial yang dipakai dalam menilai pengaruh masing-masing dari variabel *independen* (X₁, X₂) bagi variabel *dependen* (Y). Keputusan yang diambil Berlandaskan nilai sig: jika sig lebih dari 0,05, H₀ maka diterima; jika < dari 0,05, H₀ maka ditolak (Sujawerni 2019).

Koefisien *Determinasi R Square*

Uji tersebut secara dasar menilai sejauh mana sebuah model mampu menjelaskan variasi dari variabel *dependen*. Nilai R² berkisar dari 0 sampai 1; semakin dekat ke 1 atau 100%, semakin besar pengaruh variabel *independen* bagi variabel *dependen*. Untuk mengukur pengaruh variabel *independen* secara lebih tepat, bisa merujuk pada nilai *Adjusted R Square* (R²), seperti yang dijelaskan oleh Ghazali (Nindi and Eko Adi Susilo 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berlandaskan hasil distribusi kuesioner kepada 45 konsumen yang pernah membeli LPG 3

kg di Pangkalan Mujiyanto, diperoleh data yang meliputi empat aspek karakteristik penelitian, yaitu dari segi jenis kelamin, usia, domisili, dan pekerjaan:

Tabel 1. Hasil Data Kuesioner Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
Laki-laki	19	42,2	42,2	42,2
Perempuan	26	57,8	57,8	100,0
Total	45	100,0	100,0	—

Berlandaskan tabel 1, diketahui responden yang mengisi kuesioner sejumlah 45 orang yang terdiri dari reponden laki-laki 19 orang dan responden perempuan 26 orang.

Tabel 2. Hasil Data Kuesioner Usia

Usia Responden	Frekuensi	Persen (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
20–30 tahun	10	22,2	22,2	22,2
31–40 tahun	7	15,6	15,6	37,8
41–50 tahun	15	33,3	33,3	71,1
≥ 50 tahun	13	28,9	28,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	—

Dari hasil tabel 2, penyebaran kuesioner, persentase yang paling banyak mengisi sejumlah 33,3% yang diisi oleh reponden dengan rentang usia 41-50 tahun, diikuti responden dengan usia 20-30 tahun serta 50 tahun keatas dengan persentase 28,9% lalu diikuti responden dengan usia 20-30 sejumlah 22,2% kemudian reponden dengan rentang usia 31-40 tahun sejumlah 15,6%.

Tabel 3. Hasil Data Kuesioner Domisili

Domisili Responden	Frekuensi	Persen (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
Surakarta	25	55,6	55,5	55,5
Boyolali	12	26,7	26,7	82,2
Karanganyar	8	17,8	17,8	100,0
Total	45	100	100	—

Berlandaskan tabel 3, diperoleh responden yang memberikan jawaban rata-rata berdomisili pada area Surakarta, kemudian area Boyolali dan diikuti area Karanganyar.

Tabel 4. Hasil Data Kuesioner Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persen (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
Wiraswasta	13	28,9	28,9	28,9
Karyawan	14	31,1	31,1	60,0
Ibu Rumah Tangga	10	22,2	22,2	82,2
Buruh Harian Lepas	8	17,8	17,8	100,0
Total	45	100	100	—

Dari hasil tabel 4, diperoleh responden Berlandaskan pekerjaan yang paling banyak ialah karyawan sejumlah 14 orang, lalu Wiraswasta sejumlah 13 orang serta Ibu Rumah Tangga sejumlah 10 orang diikuti Buruh Harian Lepas sejumlah 8 orang.

Instrumen Data

Uji Validitas

Sejumlah 45 responden terlibat dalam uji ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Berlandaskan tabel r dengan derajat kebebasan (df) = jumlah sampel dikurangi 2 ($45 - 2 = 43$) dan taraf signifikansi 5% yang menghasilkan nilai 0,294.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,379	0,294	Valid
	X1.2	0,323	0,294	Valid
	X1.3	0,382	0,294	Valid
	X1.4	0,511	0,294	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,586	0,294	Valid
	X2.2	0,468	0,294	Valid
	X2.3	0,327	0,294	Valid
	X2.4	0,417	0,294	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,303	0,294	Valid
	Y2	0,442	0,294	Valid
	Y3	0,411	0,294	Valid
	Y4	0,442	0,294	Valid

Berlandaskan hasil pada Tabel 5, diketahui bahwa seluruh butir kuesioner dari setiap variabel punya nilai korelasi > dari r tabel (0,294) dan signifikan, sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Berlandaskan hasil uji pada Tabel 6, nilai koefisien alpha tercatat melebihi 0,60. Temuan ini menandakan bahwa instrumen yang dipakai punya tingkat keandalan yang baik, sehingga data yang diperoleh layak untuk dianalisis lebih lanjut karena telah memenuhi standar minimum reliabilitas sejumlah 0,600.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	0,613	> 0,600	Reliabel
Lokasi (X2)	0,666	> 0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,614	> 0,600	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan pada uji ini ialah untuk menguji apakah variabel *input* berdistribusi normal ataukah tidak. Hasil pengujian berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
0,070	> 0,05	Terdistribusi normal

Tabel 7 diatas, memperlihatkan bahwa nilai signifikan sejumlah $0,070 > 0,05$ maka data penelitian tersebut berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Jika nilai *tolerance* > 0,1 serta nilai VIF < 10, maka dapat memperlihatkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel *independen* dalam model regresi.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,862	1,160
Lokasi (X2)	0,862	1,160

Berlandaskan Tabel 8, terlihat bahwa seluruh variabel yang diuji punya nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas di antara variabel bebas, sehingga seluruh variabel tersebut layak dipakai sebagai variabel independen dalam model penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menilai apakah data memperlihatkan adanya indikasi heteroskedastisitas. Suatu model dinyatakan bebas dari masalah tersebut apabila nilai signifikansinya melebihi 0,05. Berlandaskan hasil analisis, diperoleh temuan penelitian seperti yang dipaparkan berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria
Harga (X1)	0,777	> 0,05
Lokasi (X2)	0,767	> 0,05

Berlandaskan tabel 9, hasil pengujian heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa semua variabel punya nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi sesuai dengan hasil perhitungan yang dilangsungkan dari bantuan SPSS 25 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	17,987	2,745		6,552	0,000
Harga (X1)	-0,451	0,128	-0,495	-3,525	0,001
Lokasi (X2)	0,460	0,141	0,458	3,265	0,002

Hasil analisis memperlihatkan persamaan regresi $Y = 17,987 - 0,451X_1 + 0,460X_2$, yang berarti harga punya dampak negatif bagi keputusan pembelian, sedangkan lokasi punya dampak positif. Dengan kata lain, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian menurun, sementara semakin strategis lokasi maka keputusan pembelian meningkat.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t parsial memperlihatkan bahwa variabel harga (X1) punya dampak negatif dan signifikan bagi keputusan pembelian (beta -0,451) dan signifikansi 0,001 (<0,05). Sebaliknya,

variabel lokasi (X2) punya pengaruh positif dan signifikan dengan nilai beta 0,460 dan signifikansi 0,002 ($<0,05$) pada pangkalan LPG Mujiyanto.

Analisis Koefisien Determinasi

Guna mengetahui pengaruh dari harga dan lokasi bagi keputusan pembelian pada gas LPG di Pangkalan Mujiyanto.

Tabel 11. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,535	0,286	0,252	1,231

Berlandaskan tabel 11 besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,535. Hal ini berarti harga dan lokasi tidak mempengaruhi keputusan pembelian gas LPG di Pangkalan Mujiyanto sejumlah 25,2% sedangkan sisanya sejumlah 74,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar studi ini.

Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Harga Bagi Keputusan Pembelian

Hasil analisis statistik melalui uji t memperlihatkan bahwa variabel bukti fisik punya nilai t_{hitung} -0,451 yang $<$ daripada t_{tabel} 0,294, dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor harga (X1) memberikan pengaruh negatif namun signifikan bagi keputusan pembelian (Y) di pangkalan LPG Mujiyanto.

Pengaruh Lokasi Bagi Keputusan Pembelian di Pangkalan Mujiyanto

Berlandaskan hasil penelitian yang dibuktikan dalam hasil uji statistik uji t menghasilkan variabel bukti fisik dengan nilai t_{hitung} sejumlah 0,460 $>$ t_{tabel} 0,294 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka diperoleh variabel lokasi (X2) punya dampak positif dan signifikan bagi keputusan pembelian (Y) di Pangkalan LPG Mujiyanto.

KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan dan pembahasan maka studi ini dapat ditarik kesimpulan yaitu: Harga (X1) punya dampak negatif signifikan bagi keputusan pembelian pada Pangkalan LPG Mujiyanto yang berarti semakin tinggi harga LPG maka akan semakin rendah pula keputusan pembelian LPG. Lokasi (X2) punya dampak positif signifikan bagi keputusan pembelian pada Pangkalan LPG Mujiyanto yang berarti semakin dekat lokasi Pangkalan maka semakin meningkat keputusan pembelian.

Selanjutnya, merujuk pada nilai *Adjusted R Square* adalah 0,535. Maka harga dan lokasi tidak mempengaruhi keputusan pembelian LPG di Pangkalan Mujiyanto sejumlah 25,20% dan sisanya sejumlah 74,80% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari studi ini.

DAFTAR REFERENSI

- Agatha Putri, Heny Kurnianingsih. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo 1,2." *Jurnal Kelola: Jurnal Ilmu Sosial* 5(1):82–90.
- Aris Dwi Kurniawan. 2020. "Pengaruh Workload Dan Social Support Terhadap Burnout Tallyman Dengan Employee Motivation Sebagai Moderasi Di Pt Tanjung Emas Daya Sejahtera." *Suparyanto Dan Rosad (2015* 5(3):248–53.

- Djuli Sjafei Purba, Wico Jontarudi Tarigan, Mahaitin Sinaga, And Vitryani Tarigan. 2021. "Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Karya Abdi* 5:205–7.
- Elva Fazirah, Ari Susanti. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.* 5(3):246–54.
- Feronika, Kumayas, Kumenaung Anderson, And Siwu Hnly. 2024. "Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Minahasa." *Jurnal Berkah Efisiensi Ilmiah* 24(April):14–25.
- I Gusti Ngurah, Et Al. 2025. "Dampak Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anti Karat Mobil." 6(7):651–645.
- Mardiatmoko Gun. 2020. "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda." *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14(3):333–42.
- Maryati, And Khoiri.M. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11(1):542–50.
- Nindi, Erdina Trianindi, And Eko Adi Susilo. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora* 1(2):61–75. Doi:10.35457/Transgenera.V1i2.3747.
- Oktaviani, Reza. 2025. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gas Lpg Pada Pangkalan Ujang Jaelani Limo Depok Periode 2023." 02(01):728–37.
- Rosario, K. T. M., A. S. Soegoto, And Y. Mandagie. 2025. "Produk Masker Wajah Hanasui Di Kalangan Gen-Z Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi The Effect Of Product Quality And Brand Image On Buying Interest In Hanasui Face Mask Products Among Gen-Z At The Faculty Of Economics And Jurnal EMBA." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 13(1):346–56.
- Rozi, Iffa Ainur, and Khuzaini. 2021. "Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10:1–20.
- Safitri, Latipah Nurma, Dkk. 2024. "Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Gas Lpg 3 Kg Di Kota Bengkulu." *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 1(3):431–42. doi:10.59407/jmie.v1i3.307.
- Safitri, Desi, Rio Sudirman, and Sofia Asyriana BR Perangin Angin. 2024. "Pengaruh Word of Mouth, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblang Di Kecamatan Singojuruh Banyuwangi." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8(1):2125–46. doi:10.31955/mea.v8i1.3946.
- Sendi Muhamad Rizki, Suci Putri Lestari, and Arif Arif. 2024. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Santi Collection Cikatoma Tasikmalaya)." *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2(4):382–94. doi:10.61132/manuhara.v2i4.1274.
- Sujawerni. 2019. "Uji t Sujawerni (2019)." *Jurnal Manajemen* 7(1):17.
- Waruwu, Marinu, Siti Natijatul Pu`at, Patrisia Rahayu Utami, Elli Yanti, and Marwah Rusydiana. 2025. "Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 10(1):917–32. doi:10.29303/jipp.v10i1.3057.