

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
MINAT MEMBELI ULANG KONSUMEN DI NARMA TOSERBA HARVEST CITY
Studi kasus Mahasiswa/i STIS Al Wafa**

Tom Badawi, S.E¹⁾, Finantyo Eddy Wibowo, M.M²⁾, Ahmad Nuh, M.M³⁾

STIS Al Wafa

tomyedinson8@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menilai Seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang di Narma Toserba Kawasan Harvest City Cileungsi. Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada konsumen Narma Toserba Kawasan Harvest City Cileungsi yaitu pada mahasiswa/mahasiswi Al Wafa. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Narma Toserba Kawasan Harvest City Cileungsi.

Kata kunci : Lokasi; Kualitas Pelayanan; Harga; Minat Membeli Ulang

Pendahuluan

Pemasaran merupakan hal penting dalam kesuksesan sebuah usaha karena pemasaran adalah senjata untuk menarik pelanggan agar melakukan pembelian produk dengan suatu tujuan untuk mengembangkan usaha kita dan memperoleh laba yang kita inginkan. Setiap kota yang ada di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang pesat dengan adanya pasar modern yang menjadi lawan berat bagi pasar tradisional. Pasar tradisional sendiri mengalami penurunan sehingga bisa berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Penurunan ini sendiri terjadi karena adanya perubahan kemauan masyarakat karena ingin belanja di pasar yang lebih modern. Dengan cepatnya perkembangan pasar modern, bisa memberikan dampak yang jelas terhadap pasar tradisional yang sudah berdiri sejak lama. Karena pasar tradisional sendiri lebih identik dengan kuno, tidak teratur dan masih tinggi tingkat kriminal.

Pasar modern juga bisa dikunjungi dengan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan pasar tradisional yang hanya ada pada waktu tertentu saja. Namun, pasar modern juga tidak sepenuhnya bisa memenuhi kebutuhan masyarakat oleh karena itu pasar tradisional pun masih dikunjungi masyarakat hingga saat ini. Namun apabila pasar tradisional tidak meningkatkan dan merubah daya saing mereka maka pasar tradisional bisa hilang dengan perlahan. Penulis juga melakukan penelitian di pasar tradisional, yaitu pasar cileungsi yang terletak di jalan narogong dekat fly over. Setelah penulis mendapatkan hasil, penulis pun membandingkan pasar tradisional dengan pasar modern yang sedang diteliti. Dari perbandingan tersebut penulis memiliki pendapat bahwasannya pasar modern menjadi penantang kuat pasar tradisional dan pasar tradisional bisa saja tertinggal seiring berkembangnya zaman dan muncul era globalisasi. Selain pasar modern memiliki fasilitas yang nyaman dan bisa dikunjungi kapan saja, dari segi harga barang – barang yang ditawarkan juga relatif murah dan terjangkau. Dan pasar modern juga sering menawarkan promo ataupun diskon di setiap akhir bulan atau ketika ada event tertentu seperti hari merdeka ataupun hari raya. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional.

Metode Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa dan Mahasiswi sekolah tinggi ilmu syariah Al Wafa yang saat ini jumlahnya sekitar 262 orang dan total sampel nya 126 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Determinasi, dan Hipotesis. Tujuan

penelitian kuantitatif ini adalah supaya penelitian yang penulis lakukan dapat digunakan untuk memprediksi yang sama dengan populasi lainnya. Dan metode kuantitatif ini juga menjelaskan adanya hubungan sebab dan akibat antar variabel yang kita teliti atau dikenal juga dengan variabel x dan y.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan keakuratan alat ukur yang digunakan dalam mengukur data. Uji validitas digunakan untuk mengukur yang sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Data tersebut bisa dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} > nilai r_{tabel}. Nilai r_{tabel} yang penulis gunakan tingkat r_{tabel} adalah 5% dengan nilai N 124, jadi nilai r_{tabel} adalah 0,1750. Jadi supaya data valid maka nilai r_{hitung} harus lebih besar dari 0,1750. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari hasil uji validitas berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₁)

No Item Pertanyaan	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,708	0,1750	Valid
2	0,717	0,1750	Valid
3	0,643	0,1750	Valid
4	0,642	0,1750	Valid
5	0,691	0,1750	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16 dan Primer, 2023

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No Item Pertanyaan	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
6	0,769	0,1750	Valid
7	0,770	0,1750	Valid
8	0,759	0,1750	Valid
9	0,736	0,1750	Valid
10	0,741	0,1750	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16 dan Primer, 2023

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₃)

No Item Pertanyaan	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
11	0,707	0,1750	Valid
12	0,672	0,1750	Valid
13	0,774	0,1750	Valid
14	0,776	0,1750	Valid
15	0,777	0,1750	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16 dan Primer, 2023

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Membeli Ulang (Y)

No Item Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
16	0,624	0,1750	Valid
17	0,704	0,1750	Valid
18	0,698	0,1750	Valid
19	0,544	0,1750	Valid
20	0,676	0,1750	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16 dan Primer, 2023

Berdasarkan dari hasil tabel di atas variabel independen lokasi (X1), Kualitas pelayanan(X2), harga (X3), dan variabel dependen minat membeli ulang (Y) masing -masing variabel memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari variabel independen dan dependen kualitas datanya valid.

2. Uji reliabilitas

Sebuah data angket atau kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hal itu dapat dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

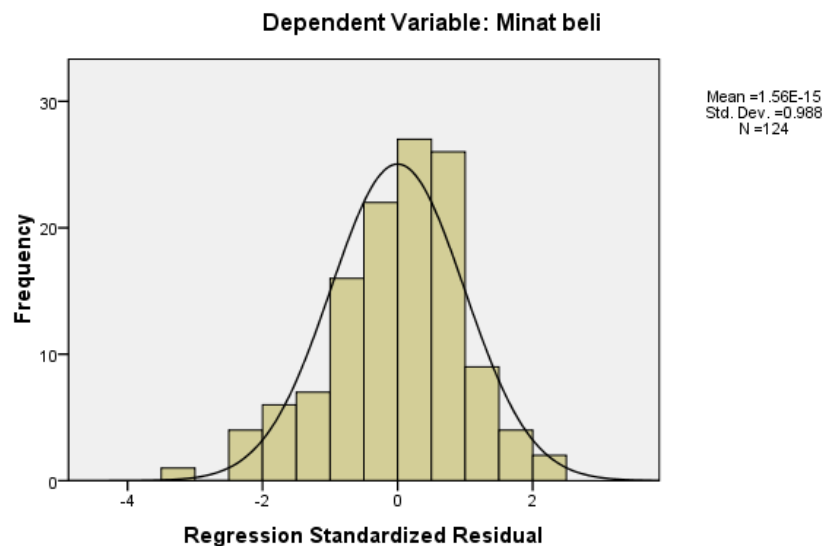
Variabel	No Item Pertanyaan	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi	5	0,707	Reliabel
Kualitas Pelayanan	5	0,811	Reliabel
Harga	5	0,794	Reliabel
Minat Membeli Ulang	5	0,657	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 16 dan Primer, 2023

Jika dilihat dari tabel diatas, dapat diketahui bahwasannya nilai Cronbach's Alpha dari masing – masing variabel $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa data angket kuesioner dari variabel Lokasi (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), Harga (X₃), dan Minat Membeli Ulang (Y) kualitas datanya Reliabel.

3. Uji Normalitas

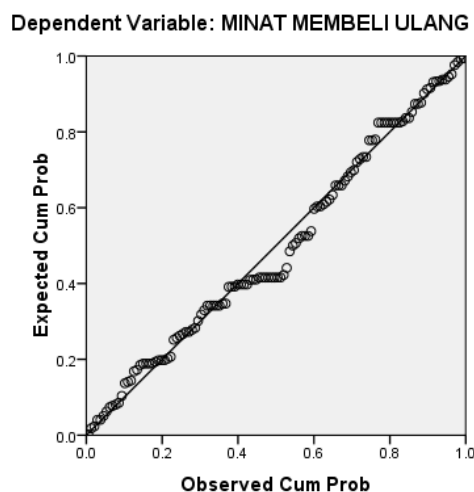
Grafik 1 Hasil Uji Normalitas Histogram
Histogram



Dari gambar histogram diatas, dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal, karena garis tersebut berbentuk seperti lonceng dan tidak melenceng kekiri ataupun kekanan.

Selain dengan grafik histogram cara menguji normalitas juga menggunakan Uji Normal P Plot of Regression Standarized Residual. Hal ini bisa dilihat dari titik-titik yang ada pada garis diagonal. Apabila titik-titik tersebut ada di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka data tersebut terdistribusi normal. Hasil uji P Plot pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P Plot
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari Gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwasannya titik-titik P Plot ada di sekitar garis dan bentuknya mengikuti sepanjang garis diagonal, jadi dapat disimpulkan bahwa data uji kali ini terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Multikoloniaritas bisa dideteksi dengan nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off menunjukkan adanya multikolinearitas jika nilai tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.636	2.033		.313	.755		
	Lokasi	.237	.112	.180	2.124	.036	.565	1.769
	Kualitas pelayanan	.307	.134	.270	2.283	.024	.291	3.440
	Harga	.387	.115	.353	3.373	.001	.373	2.683

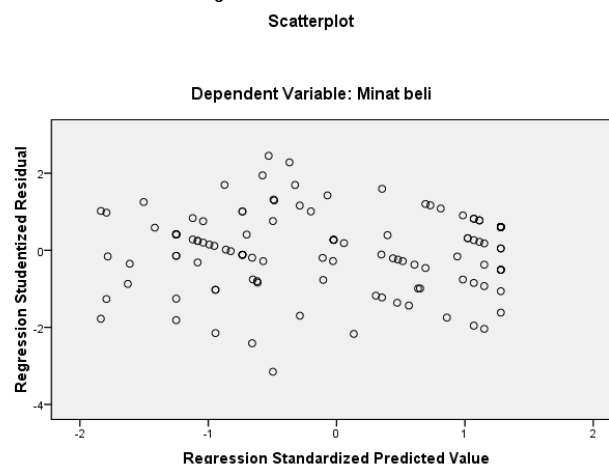
a. Dependent Variable: Minat beli

Dari hasil tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari setiap variabel nilainya lebih besar dari 0,10 dan nilai dari VIF dari masing-masing variabel nilainya juga lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari olah data tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) dengan residual nya. Hasil uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini bisa dilihat dari gambar Scatterplot berikut :

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Dari gambar 2 diatas terlihat setiap titik bersebaran secara acak, baik di angka 0 maupun di angka positif dan negatif. Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Selain dengan uji scatterplot, heteroskedastisitas juga dapat diuji dengan metode Glejser. Metode ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai signifikannya

Tabel 7 Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.515	.995		-1.523	.130
	LOKASI	.084	.068	.177	1.243	.216
	KUALITAS PELAYANAN	.044	.071	.099	.617	.538
	HARGA	-.008	.065	-.018	-.124	.901

a. Dependent Variable: abs_Res

Dari tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan setiap variabel lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak ada terjadi gejala heteroskedastisitas.

6. Uji Autokorelasi

Tujuan uji ini adalah untuk melihat antara pengaruh variabel dependen kepada variabel independen, jika ada korelasi antara observasi data dan observasi sebelumnya maka data tersebut terdapat autokorelasi. Salah satu cara mengujinya adalah dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*. Hasil uji *Durbin Watson* pada penelitian ini ada pada tabel berikut :

Tabel 8 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715 ^a	.511	.499	1.821	1.897

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Minat beli

Dari Tabel 8 diatas, dapat dilihat hasil uji *Durbin Watson* menunjukkan nilai 1.897 dengan jumlah variabel bebas sebanyak 3(k) dan (n) sebanyak 124, maka nilai dU sebesar 1.7567 dan dL sebesar 1.6577 (dari tabel *Durbin Watson*) Nilai 4-dU sebesar 2,2433 dan nilai 4-dL sebesar 2,3423. Jadi nilai hal ini menunjukkan bahwa nilai DW ada diantara dU dan 4-dU dengan rumus $dU < dW < 4 - dU = 1.6577 < 1.897 < 2.3433$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi positif / negatif pada penelitian ini.

7. Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih untuk menunjukkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat hasil dari nilai Unstandardized Coefficient Beta, hasil uji tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.636	2.033		.313	.755
	Lokasi	.237	.112	.180	2.124	.036
	Kualitas pelayanan	.307	.134	.270	2.283	.024
	Harga	.387	.115	.353	3.373	.001

a. Dependent Variable: Minat beli

Dari tabel 9 diatas, dapat dilihat masing – masing nilai koefisien variabel dalam uji regresi linier berganda ini dituliskan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,636 + 0,237 + 0,307 + 0,387 + e$$

Keterangan :

Y = Minat membeli ulang

$\beta_1 X_1$ = Lokasi

$\beta_2 X_2$ = Kualitas Pelayanan

$\beta_3 X_3$ = Harga

e = Standar Error

Hasil analisis regresi linear berganda di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta sebesar 0,636, artinya jika variabel lokasi (X1), Kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) memiliki nilai 0, maka variabel minat membeli ulang sebesar 0,636.
- Koefisien regresi pada variabel lokasi (X1) berpengaruh secara positif sebesar 0,237 yang memiliki arti jika faktor lokasi mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang pada Narma Toserba akan meningkat, dengan catatan bahwa variabel lain tetap dan tidak berubah.
- Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara positif sebesar 0,307. Jika faktor kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang konsumen pada Narma Toserba juga akan meningkat, dengan catatan bahwa variabel lain tetap dan tidak berubah.
- Koefisien regresi pada variabel harga (X3) berpengaruh secara positif sebesar 0,387. Dengan demikian, jika faktor harga mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang konsumen pada Narma Toserba juga akan meningkat, dengan catatan bahwa variabel lain tetap dan tidak berubah.

Dari hasil analisis regresi berganda diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Harga merupakan variabel yang paling dominan dalam memberikan pengaruh kepada konsumen terhadap minat membeli ulang di Narma Toserba. Hal ini disebabkan karena nilai koefisien variabel harga lebih tinggi dibandingkan nilai variabel yang lain.

8. Uji Determinasi R²

Uji Koefisien determinasi (R²) fungsinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R² semakin dekat dengan satu, maka semakin banyak model variabel independen yang berpengaruh pada variabel dependen. Hasil uji determinasi R² pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.511	.499	1.821

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas pelayanan

Dari hasil tabel 10 diatas, dapat diketahui bahwa nilai hasil uji koefisien determinasi R^2 yaitu sebesar 0,511. Maksudnya adalah, sebanyak 51,1 % minat membeli ulang konsumen di Narma Toserba dipengaruhi oleh variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan Harga (X3), dan 48,9 % sisanya dipengaruhi oleh variabel independen lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

9. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Fungsi dari uji T adalah untuk menentukan diterima atau tidaknya suatu hipotesis apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 11 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.636	2.033		.313	.755
	Lokasi	.237	.112	.180	2.124	.036
	Kualitas pelayanan	.307	.134	.270	2.283	.024
	Harga	.387	.115	.353	3.373	.001

a. Dependent Variable: Minat beli

Uji T akan berpengaruh jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, adapun nilai t_{tabel} pada penelitian ini nilainya adalah 1,979 (t_{tabel} 120 df 0,05). Jadi uji t akan berpengaruh jika $t_{hitung} > 1,979$. Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t diatas, menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} dari variabel lokasi (X1) bernilai positif sebesar 2,124 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,03. Jadi menunjukkan bahwa t_{hitung} (2,124) $>$ t_{tabel} (1,979), dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,03 $<$ 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang yang berarti hipotesis I diterima.
2. Dari hasil uji t diatas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan (X2) bernilai positif sebesar 2,283 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02. Maka hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,283 $>$ t_{tabel} 1,979, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,02 $<$ 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang yang berarti hipotesis II diterima.
3. Dari hasil uji t diatas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel harga (X3) bernilai positif sebesar 3,373 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Maka menunjukkan bahwa t_{hitung} 3,373 $>$ t_{tabel} 1,979, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka

nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang yang berarti hipotesis III diterima.

10. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji signifikansi pengaruh simultan (Uji F) tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama ada pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis 4 yaitu: Adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara seluruh Variabel Independen Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) terhadap Variabel Dependen Minat Membeli Ulang (Y) di Narma Toserba Harvest City.

Tabel 11 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	416.659	3	138.886	41.881	.000 ^a
	Residual	397.946	120	3.316		
	Total	814.605	123			

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Minat beli

Berdasarkan tabel 11 diatas, nilai F_{tabel} sebesar 2,68 (res 120) maka dijelaskan bahwa F_{hitung} 41,881 > 2,68, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat membeli ulang (Y) di Narma Toserba Harvest City pada Mahasiswa Al Wafa, maka H_4 diterima.

Kesimpulan

1. Pada variabel lokasi (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat membeli ulang (Y) di Narma Toserba Harvest City. Dari hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,124 > 1,978$), dan nilai signifikansi sebesar ($0,03 < 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan penempatan lokasi yang dekat dan strategis, dapat meningkatkan minat membeli ulang mahasiswa Al Wafa di Narma Toserba Harvest City Cileungsi. Dan dari hasil uji regresi linier berganda, variabel lokasi (X1) memiliki pengaruh positif sebesar 0,237 yang berarti jika faktor lokasi mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang di Narma Toserba juga akan meningkat.
2. Pada variabel kualitas pelayanan (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat membeli ulang (Y) di Narma Toserba Harvest City. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji T, dijelaskan bahwa hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,283 > 1,978$), dan nilai signifikansi sebesar ($0,02 < 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik, hal ini dapat meningkatkan minat membeli ulang mahasiswa Al Wafa di Narma Toserba Harvest City Cileungsi. Dan dari hasil uji regresi linier berganda, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif sebesar 0,307 yang berarti jika faktor kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang di Narma Toserba juga akan meningkat.

3. Pada variabel Harga (X3) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat membeli ulang (Y) di Narma Toserba Harvest City. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji T, dijelaskan bahwa hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,373 > 1,978$), dan nilai signifikansi sebesar ($0,00 < 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan penetapan harga yang tepat dan terjangkau, hal ini dapat meningkatkan minat membeli ulang mahasiswa Al Wafa di Narma Toserba Harvest City Cileungsi. Dan dari hasil uji regresi linier berganda, variabel Harga (X3) memiliki pengaruh positif sebesar 0,387 yang berarti jika faktor kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka minat membeli ulang di Narma Toserba juga akan meningkat.
4. Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat diketahui bahwa variabel lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan harga (X3) secara bersama - sama memiliki pengaruh terhadap minat membeli ulang (Y) di Narma Toserba. Dari tiga variabel independen tersebut, yang paling besar memberikan pengaruh adalah variabel harga (X3) dengan nilai sebesar 0,387. Dan dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel lokasi, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh sebesar 51,1 % dan 48,9 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar pembahasan penelitian ini.

Referensi

- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. 2015. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4: 1–15
- Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin. 2022. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen." *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* IX(1): 75–84.
- Sinambela, and Rendhy Yosua Putra. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*: 1–10.
- Wibowo, F. E., Nurdiani, T., & Nuh, A. (2021). ISSN : 1411 - 1977 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Persepsi Risiko , Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha
- Lubis, Alfi Syahri, and Nur Rahmah Andayani. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam." *Journal of Applied Business Administration* 1(2): 232–43.