ABSTRAK

Layanan logistik yang handal dapat diperoleh dari perusahaan *fulfillment*, yaitu perusahaan yang mengelola seluruh proses pemenuhan pesanan mulai dari penanganan inventaris, pengambilan pesanan, pengemasan, hingga pengiriman guna menyederhanakan proses logistik. Salah satu perusahaan *fulfillment* ini adalah PT. EZ Digital Logistik Santara. Namun, pada periode Mei 2024, perusahaan mengalami penurunan keputusan pembelian konsumen, yang diduga disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan dan lokasi operasional yang kurang mendukung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian pada PT. EZ Digital Logistik Santara, serta mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terhadap 110 responden yang merupakan konsumen perusahaan. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Instrumen penelitian mencakup skala Likert, uji validitas, uji reliabilitas, dan *method of successive interval* (MSI), dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada dalam kategori cukup baik, lokasi juga berada pada kategori cukup baik, begitu pula keputusan pembelian yang termasuk dalam kategori cukup baik. Secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 64,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti harga, promosi, dan citra merek. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan merekomendasikan agar studi selanjutnya memperluas cakupan variabel yang diteliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta memperluas objek penelitian ke perusahaan *fulfillment* lainnya atau industri logistik secara lebih luas.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Reliable logistics services can be obtained from fulfillment companies—businesses that manage the entire order fulfillment process, including inventory handling, order picking, packaging, and shipping—to simplify logistics operations. One such fulfillment company is PT. EZ Digital Logistik Santara. However, in May 2024, the company experienced a decline in customer purchasing decisions, which may have been caused by service quality issues and an unfavorable operational location. This study aims to analyze the conditions of service quality, location, and purchasing decisions at PT. EZ Digital Logistik Santara, as well as to examine the influence of service quality and location on purchasing decisions, both simultaneously and partially. The research adopts a quantitative approach involving 110 respondents who are customers of the company. Data collection methods include interviews, questionnaires, observation, and literature review. The research instruments include a Likert scale, validity tests, reliability tests, and the Method of Successive Intervals (MSI). The data were analyzed using multiple linear regression to determine the relationship between the independent variables (service quality and location) and the dependent variable (purchasing decision). The results indicate that service quality falls into the fairly good category, as does location and purchasing decision. Simultaneously, service quality and location significantly influence purchasing decisions, contributing 64.6%. The remaining 35.4% is likely influenced by other variables not included in this study, such as price, promotion, and brand image. This research contributes by recommending that future studies expand the scope of variables examined to gain a deeper understanding of the factors influencing purchasing decisions. It also suggests conducting further research in other fulfillment companies or within the broader logistics industry to obtain a more comprehensive perspective.

Keywords: *Service Quality, Location, Purchase Decision*