

PENGARUH FASILITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET TM21 POROS LINGKAR MESUJI LAMPUNG**Zul Takim ^{1*}, Agus Sulaiman Anhary ²**^{1,2} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang***E-mail: zultakim99@gmail.com***ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT abc TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung dan jumlah sampel jenuh berjumlah 99 responden. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala likert, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah fasilitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,6% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,251 > 1,984)$. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 48,3% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(6,616 > 1,984)$. Fasilitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 13,508 + 0,381X_1 + 0,373X_2$, nilai koefisien determinasi sebesar 59,9% sedangkan sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(71,567 > 2,70)$.

Kata Kunci : Fasilitas Pelayanan; Lokasi; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service facilities and location on purchasing decisions at Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung. The method used was quantitative. The sampling technique used the Slovin formula and obtained a sample of 99 respondents. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients and hypothesis tests. The population in this study were consumers of PT abc TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung and the number of saturated samples was 99 respondents. Data collection methods were through questionnaires with a Likert scale, observation, and literature studies. The results of this study were service facilities had a significant positive effect on purchasing decisions with a determination coefficient value of 41.6% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(5.251 > 1.984)$. Location had a significant positive effect on purchasing decisions with a determination coefficient value of 48.3% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(6.616 > 1.984)$. Service facilities and location simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions, with the regression equation $Y = 13.508 + 0.381X_1 + 0.373X_2$, with a coefficient of determination of 59.9%, while the remaining 40.1% is influenced by other factors. Hypothesis testing yielded a calculated F value $> F$ table, or $(71.567 > 2.70)$.

Keywords : Service Facilities; Location; Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Bisnis ritel di Indonesia sudah semakin pesat (bisnis.tempco.co,2016). Kondisi ini ditandai melalui kehadiran pasar tradisional yang sudah mulai tersingkir akibat berdirinya bermacam - macam ragam pasar modern, sehingga bermacam - macam pusat perbelanjaan eceran hadir melalui berbagai macam bentuk dan ukuran. PT Indomarco Prismatama (Indomaret) adalah satu dari sekian banyak ritel modern yang ada. Perusahaan swasta nasional ini didirikan berdasarkan akta notaris No. 207, tertanggal 21 Nopember 1988 oleh Benny Kristianto dengan SIUP No. 789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988 dengan NPWP 1.337.994.6-041 dari Departemen Keuangan RI Ditjen Pajak Penjaringan Jakarta Utara. PT Indomarco Prismatama berkantor pusat di Jalan Ancol I No. 9-10 Ancol Barat Jakarta Utara, Indomaret memiliki kantor cabang dan distribution centre (DC) di Jakarta, Cimanggis (Depok), Jatake (Tangerang), Parung (Bogor), Bekasi (Cikarang), Bandung, Surabaya, Semarang, Lampung, dan Medan.

Perkembangan teknologi pada saat ini membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan banyak, memungkinkan perkembangan bisnis ritel yang pesat. Dengan banyak perusahaan ritel, maka konsumen akan semakin selektif dalam memilih tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tipe dalam bisnis ritel salah satunya adalah supermarket, dimana supermarket menarik para konsumen pada basis harga yang murah. Bisnis ritel di Indonesia telah berkembang menjadi industri tersendiri, di mana dalam perkembangannya industri ritel dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi di dalam masyarakat.

Adapun yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Keputusan pembelian dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan (Tjiptono,2018:86). Keputusan pembelian yang sesuai dengan harapan para konsumen dengan sendirinya akan mendukung usaha dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh Indomaret baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Tabel 1: Data Penjualan Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung tahun 2024

No	Bulan	Target	Pencapaian	Persentasi
1	Januari	Rp. 175.000.000	Rp. 172.384.892	98,5%
2	Februari	Rp. 175.000.000	Rp. 159.934.351	91,3%
3	Maret	Rp. 175.000.000	Rp. 155.726.561	88,9%
4	April	Rp. 175.000.000	Rp. 152.392.467	87,0%
5	Mei	Rp. 175.000.000	Rp. 161.395.279	92,2%
6	Juni	Rp. 175.000.000	Rp. 158.531.739	90,5%
7	Juli	Rp. 175.000.000	Rp. 159.901.257	91,3%
8	Agustus	Rp. 175.000.000	Rp. 162.467.539	92,8%
9	September	Rp. 175.000.000	Rp. 179.389.289	102,5%
10	Oktober	Rp. 175.000.000	Rp. 152.576.923	87,1%
11	November	Rp. 175.000.000	Rp. 154.065.342	88,0%
12	Desember	Rp. 175.000.000	Rp. 190.353.182	108,7%
Total		Rp. 21.000.000.000	Rp. 19.591.188.021	93,2%

Sumber : Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa selama tahun 2024 belum dapat mencapai target yang ditetapkan, pada tahun 2024 pencapaian paling tertinggi yaitu pada bulan desember yaitu Rp.190.353.182 dan pencapaian terendah yaitu pada bulan april yaitu Rp. 152.392.467. pencapaian tersebut merupakan pencapaian pada Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung. Kemudian adapula data konsumen Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung pada tahun 2024 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2: Data Pembelian Konsumen Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung Tahun 2024

No	Bulan	Target	Pencapaian	Persentasi
1	Januari	1.000 Konsumen	754 Konsumen	75,4%
2	Februari	1.000 Konsumen	713 Konsumen	71,3%
3	Maret	1.000 Konsumen	742 Konsumen	74,2%
4	April	1.000 Konsumen	624 Konsumen	62,4%
5	Mei	1.000 Konsumen	611 Konsumen	61,1%
6	Juni	1.000 Konsumen	701 Konsumen	70,1%
7	Juli	1.000 Konsumen	625 Konsumen	62,5%
8	Agustus	1.000 Konsumen	745 Konsumen	74,5%
9	September	1.000 Konsumen	653 Konsumen	65,3%
10	Oktober	1.000 Konsumen	613 Konsumen	61,3%
11	November	1.000 Konsumen	625 Konsumen	62,5%
12	Desember	1.000 Konsumen	611 Konsumen	61,1%
Total		12.000 Konsumen	8.017 Konsumen	66,80%

Sumber : Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung

Dapat dilihat bahwa pada tahun 2024 tidak ada yang mencapai target yang diharapkan, konsumen terbanyak pada bulan januari yaitu sebanyak 754 orang atau 75,4%. Dapat dilihat bahwa rata-rata setiap tahun hanya sebesar 66,80%. Hasil tersebut jauh dari target yang diaharapkan.

Dalam mencapai tujuan perusahaan yakni memperluas kiprah operasional untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan konsumen melalui pelaksanaan audit operasional yang terhubung dengan komponen perusahaan. Sehingga audit operasional sangat dibutuhkan perusahaan. Akan tetapi audit operasional pada dasarnya tidak akan terhindar dari potensi risiko dan ancaman. Apabila tidak diperhatikan maka akan mempengaruhi kelancaran pelayanan, khususnya penurunan kualitas dan tujuan pelayanan yang tidak tercapai. Untuk membantu dan membimbing perusahaan dalam mencapai tujuan, diperlukan pengendalian internal terpadu agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Peneliti melakukan prasurvey kepada 30 orang yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3: Prasurvey Fasilitas Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung

No	Fasilitas	Ya	Tidak	Jumlah
1	Pertimbangan/perencanaan spasial Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung menyediakan fasilitas yang menarik dan memadai	14 46,6%	16 53,4%	30
2	Perencanaan ruang Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung memberikan pelayanan yang sangat handal dan membuat tamu merasa nyaman.	11 36,6%	19 63,4%	30
3	Perlengkapan/perabotan Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung mampu menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan tamu Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.	13 43,3%	17 56,4%	30
4	Tata cahaya dan warna Konsumen menggunakan fasilitas Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung semaksimal mungkin	8 26,6%	22 73,4%	30
5	Pesan yang disampaikan secara grafis Fasilitas yang ada di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung cukup banyak.	7 23,3%	23 76,4%	30

Sumber : Hasil olah data kuesioner pra-survei (2025)

Berdasarkan prasurvey yang dilakukan bahwa jawaban terendah pada indikator “Tata Cahaya dan Warna” dapat dilihat dari 30 responden pra survey yang menjawab tidak sebanyak 22 dan sisanya menjawab ya 8 orang. Dan juga pada indikator “Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis” yang menjawab tidak sebanyak 23 orang dan sisanya menjawab ya 7 orang. Dapat dilihat bahwa fasilitas yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen bahwa belum sesuai. Ini

Pemilihan lokasi merupakan salah satu strategi bisnis, dalam penerapan strategi bisnis ini akan mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi usaha yang dilakukan oleh usaha interior bertujuan untuk mendekatkan usaha dengan konsumen. Kedekatan lokasi usaha dengan konsumen bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses dan menemukan usaha tersebut. Selain kedekatan dengan konsumen, faktor lain yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha adalah potensi pertumbuhan pada lokasi usaha tersebut. Pentingnya pemilihan lokasi juga dikemukakan oleh Kristanto (2019:63) bahwa ada tiga unsur penting dalam bisnis yaitu lokasi, lokasi dan lokasi. Lebih lanjut dari pernyataan yang dikemukakan Kristanto dapat diketahui bahwa betapa pentingnya bagi seorang pengusaha yang akan memulai sebuah usaha dalam menentukan lokasi sebagai tempat usaha. Tujuan penentuan lokasi usaha yang tepat salah satunya untuk memudahkan para konsumen datang dan berbelanja. Mengingat

para konsumen akan lebih memilih lokasi yang dekat dengan tempat mereka karena biaya transportasi yang dikeluarkan akan lebih murah. Peneliti melakukan prasurvey kepada 30 orang, dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4: Prasurvey Lokasi Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung

No	Lokasi	Ya	Tidak	Jumlah
1	Akses			
	Lokasi menuju Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung mudah diakses oleh kendaraan.	15 50%	15 50%	30
2	Visibilitas			
	Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.	16 53,3%	14 46,4%	30
3	Lalu lintas			
	Kepadatan lalu lintas tidak menjadi hambatan untuk mencapai Indomaret	9 30%	21 70%	30
4	Tempat parkir			
	Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung menyediakan lahan parkir yang cukup luas	4 13,3%	26 86,7%	30
5	Ekspansi			
	Lingkungan Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung sangat mendukung	3 10%	27 90%	30

Sumber : Hasil olah data kuesioner pra-survei (2025)

Berdasarkan prasurvey yang dilakukan bahwa jawaban terendah pada indikator “Lalu Lintas” dapat dilihat dari 30 responden pra survey yang menjawab tidak sebanyak 21 dan sisanya menjawab ya 9 orang. Dan juga pada indikator “Tempat Parkir” yang menjawab tidak sebanyak 26 orang dan sisanya menjawab ya 4 orang. serta juga pada indikator “Ekspansi” yang menjawab tidak sebanyak 27 orang dan sisanya menjawab ya 3 orang. Dapat dilihat bahwa fasilitas yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen bahwa belum sesuai. Ini menjadi faktor permasalahan yang perlu di perbaiki kedepannya.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel fasilitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden, pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara menyebar kusioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas

dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini disampaikan hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel fasilitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian dengan perincian sebagai berikut:

Pengujian Validitas Variabel Fasilitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Fasilitas Pelayanan (X_1)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX1-1	0,572	0,197	Valid
KX1-2	0,726	0,197	Valid
KX1-3	0,632	0,197	Valid
KX1-4	0,870	0,197	Valid
KX1-5	0,268	0,197	Valid
KX1-6	0,412	0,197	Valid
KX1-7	0,562	0,197	Valid
KX1-8	0,866	0,197	Valid
KX1-9	0,723	0,197	Valid
KX1-10	0,855	0,197	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 99 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,050 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 99 - 2 = 97$ maka didapat r tabel sebesar 0,197. Dari tabel di atas menunjukkan pernyataan pada variabel fasilitas pelayanan dapat dikatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,197$.

Pengujian Validitas Variabel Lokasi (X_2)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Lokasi (X₂)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX2-1	0,835	0,197	Valid
KX2-2	0,844	0,197	Valid
KX2-3	0,913	0,197	Valid
KX2-4	0,871	0,197	Valid
KX2-5	0,886	0,197	Valid
KX2-6	0,901	0,197	Valid
KX2-7	0,888	0,197	Valid
KX2-8	0,914	0,197	Valid
KX2-9	0,640	0,197	Valid
KX2-10	0,543	0,197	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel lokasi dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, $(n-2) = 99 - 2 = 97$ yaitu 0,197. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KY-1	0,721	0,197	Valid
KY-2	0,655	0,197	Valid
KY-3	0,844	0,197	Valid
KY-4	0,739	0,197	Valid
KY-5	0,739	0,197	Valid
KY-6	0,856	0,197	Valid
KY-7	0,819	0,197	Valid
KY-8	0,760	0,197	Valid
KY-9	0,595	0,197	Valid
KY-10	0,721	0,197	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, $(n-2) = 99 - 2 = 97$ yaitu 0,197. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil reliabilitas instrumen:

Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Pelayanan (X₁)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8: Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Pelayanan (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,862	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel fasilitas pelayanan dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu 0,862 > 0,600.

Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₂)

Tabel 9: Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,949	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel lokasi dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu 0,949 > 0,600.

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 10: Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,905	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu 0,905 > 0,600.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas dilakukan dengan 2 (dua) metode yaitu: 1) Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka data dinyatakan normal. 2) Metode grafik dengan ketentuan titik-titik sebaran data dikatakan normal apabila data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 11: Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.98156762
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.068
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

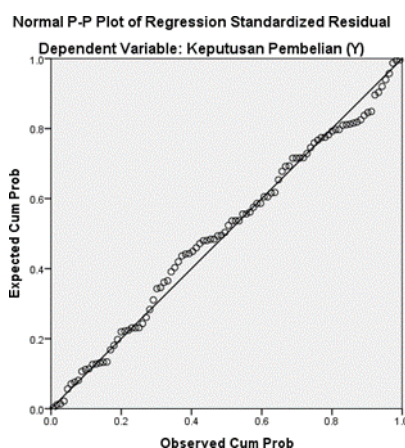
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Dari tabel di atas dapat diperoleh nilai signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,200. Karena signifikannya lebih dari 0,050 atau ($0,200 > 0,050$) maka disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan grafik *Probability Plot* (P-P Plot) yang prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan cara melihat pola penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya atau dengan kata lain mengikuti arah garis diagonal. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2025.

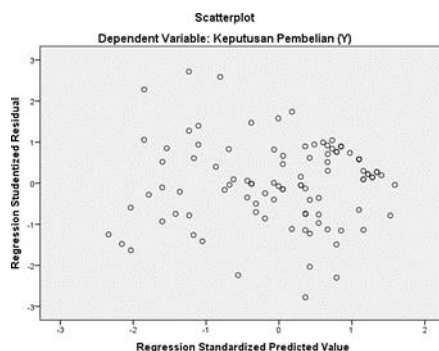
Gambar 1: P-Plot Uji Normalitas

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel

fasilitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2) dan keputusan pembelian (Y) yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Gambar 2: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak beraturan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara fasilitas pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilakukan dengan uji t (uji parsial). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh)

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Fasilitas Pelayanan (X_1)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

- H_{01} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.
- H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.
- H_{02} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.
- H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 12: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Fasilitas Pelayanan (X₁) Dan Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.508	2.341		5.771	.000
	Fasilitas Pelayanan (X ₁)	.381	.073	.394	5.251	.000
	Lokasi (X ₂)	.373	.056	.496	6.616	.000

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, untuk variabel fasilitas pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($5,251 > 1,984$), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

Selanjutnya untuk variabel lokasi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($6,616 > 1,984$), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (fasilitas pelayanan dan lokasi) terhadap variabel dependen nya (keputusan pembelian). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai krisis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu. Adapun rumusan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus untuk mencari nilai F tabel yaitu:

($df = k-1$) = $df_1 = 3-1 = 2$ dan ($df_2 = n - k$) = $99 - 3 = 86$

Maka dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} dari 86 = 2,70 dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

Tabel 13: Hasil Uji Simultan (Uji F) Antara Fasilitas Pelayanan (X_1) Dan Lokasi (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

AN VA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3626.030	2	1813.015	71.567	.000 ^b
	Residual	2431.970	96	25.333		
	Total	6058.000	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X_2), Fasilitas Pelayanan (X_1)

Sumber: Pengolahan Data, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau ($71,567 > 2,70$) dan diperkuat dengan signifikansi $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik fasilitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Fasilitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Fasilitas pelayanan berhubungan positif dengan keputusan pembelian, karena fasilitas yang lengkap dan memadai akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli kembali, serta membuat mereka merasa terlayani dengan baik. Penyediaan fasilitas yang lebih baik secara langsung dapat meningkatkan keputusan pembelian, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai penelitian di berbagai sektor seperti rumah sakit dan jasa lainnya.

Berdasarkan hasil analisis, variabel penelitian fasilitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji $t_{\text{hitung}} = 5,251$ sedangkan $t_{\text{tabel}} = 1,984$ ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Debora Permata (2022) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Lokasi bisnis yang strategis memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen karena lokasi yang mudah dijangkau, memiliki aksesibilitas yang baik, visibilitas tinggi, serta keberadaan di area ramai (dekat perkantoran, perumahan, atau sekolah) dapat meningkatkan daya tarik dan kemudahan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk atau jasa.

Berdasarkan hasil analisis, variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan hasil uji $t_{hitung} = 6,616$ sedangkan $t_{tabel} = 1,984$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{o2} ditolak dan H_{a2} diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Riyanah (2019) Nur dan Fadili (2021) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Fasilitas Pelayanan (X₁) Dan Lokasi (X₂) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($71,567 > 2,70$) dan juga diperkuat dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$) maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Izul Ilmi (2022) Siti Aminah (2021) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa fasilitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh fasilitas pelayanan (X₁) dan lokasi (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y), adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,251 > 1,984$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.
2. Secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,616 > 1,984$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

3. Fasilitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(71,567 > 2,70)$ dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a3} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret TM21 Poros Lingkar Mesuji Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, D., & Si, M. (2019). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabetha.
- Anang, F. dan Mahardhika (2021). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan kedelapan, Jakarta: Raja Grafindo.
- Daryanto (2021). *Staregi Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2021). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Kharis, I. F. (2019). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat belas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, K. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, P. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Lupiyohadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, N. K. (2018). *Riset Pemasaran (Marketing Research)*. Edisi 4 Jilid 1. New Jersey. Indonesia: PT. Indeks.
- Rao, P. (2019). *Measuring Consumer Perceptions Through Faktor Analysis*, The Asian.
- Ridwan (2021). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Robbins, Stephen. P. dan Mary, C. (2019). *Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Santoso, S. (2019). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Setiadi (2021). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Siswanto (2020). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siyoto (2020). *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media*. Yogyakarta: Aditya Media Publising.
- Stoner, J.A.F, dkk. (2019). *Manajemen*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Sudjana, N., & Ibrahim (2019). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*.

Bandung: Alfabeta.

Sujarweni. V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Swastha, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2020). *Service Management Mewujudkan Layanan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umi, N. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori. Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.

Yazid (2020). *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Yogyakarta: PT. Ekonisia.