

Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs

Indah Sari, Rahmat Hidayat*

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: ¹indah060997@gmail.com, ^{2,*}arjuna1214@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Cafe Bang Faizs yang beralamat di Jalan Tengku Fahrudin, Kelurahan Lubuk Pakam I-II, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2020. Populasi penelitian ini adalah konsumen Café Bang Faizs untuk tahun 2017 hingga 2019 yang berjumlah 33.056 orang. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang didapat menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian. Indikator variabel lokasi terdiri dari akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan sekitar. Untuk indikator variabel fasilitas terdiri dari desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi, dan peralatan penunjang. Sedangkan untuk indikator variabel keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner dan studi pustaka, kuesioner dikembangkan dari indikator masing-masing variabel yang menjadi pengamatan. Uji data dilakukan dengan validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda, dengan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi, uji simultan dan uji parsial. Data diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Keputusan Pembelian

Abstract—This study aims to determine the effect of location and facilities on purchasing decisions at Bang Faizs Cafe. This research was conducted on Cafe Bang Faizs consumers who are located at Jalan Tengku Fahrudin, Lubuk Pakam I-II Village, Lubuk Pakam District, Deli Serdang Regency in 2020. The population of this study was Café Bang Faizs consumers for 2017 to 2019, amounting to 33,056 people. The research sample consisted of 100 people who were obtained using the Slovin formula with an error rate of 10%. The variables observed in this study consisted of location, facilities and purchase decisions. Location variable indicators consist of access, visibility, parking space, expansion, and the surrounding environment. The facility variable indicators consist of facility design, function value, aesthetics, and conditions. and supporting equipment. Meanwhile, the indicator of purchasing decision variables consists of problem recognition, information search, evaluation of alternatives, and purchasing decisions. Data were collected by distributing questionnaires and literature study, questionnaires were developed from the indicators of each variable that became observations. The data test was conducted with validity and reliability, while the data analysis used multiple linear regression, with hypothesis testing using the coefficient of determination, simultaneous test and partial test. The data were processed using the SPSS program. The results of this study indicate that the location and facilities have a positive and significant effect on purchasing decisions at Bang Faizs Cafe.

Keywords: Location, Facility, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan dari konsumen juga mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan ini membawa berbagai perubahan yang membuat kebutuhan konsumen semakin beragam dan berubah dari waktu ke waktu. Hal tersebut tentunya menjadi hal yang penting bagi seorang pengusaha untuk dapat mengetahui perkembangan dan perubahan yang terjadi pada kebutuhan dan keinginan dan konsumen. Dalam membangun sebuah bisnis tentunya seorang pebisnis harus memperhitungkan berbagai hal yang akan berpengaruh pada target pasarnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh seorang pebisnis yaitu mengenai lokasi dari usaha yang akan dibangunnya. Lokasi merupakan salah satu hal yang penting bagi usaha untuk dapat mengetahui karakteristik pasar yang akan dituju. Lokasi dapat memberikan beberapa hal yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan dari masyarakat di daerah tersebut. pada umumnya di jaman sekarang yang serba cepat dan instan, masyarakat mulai tergerus kepada gaya hidup yang serba cepat dan instan pula. Maka dari itu kebanyakan masyarakat menyukai usaha yang mampu memenuhi dan mengikuti keinginannya yaitu usaha yang mudah, cepat, dan tentunya ekonomis sesuai dengan kualitas dan harga yang ditawarkan. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan memudahkan bagi pengusaha untuk melakukan distribusi dan pemasaran kepada publik. Mudahnya akses ke lokasi usaha membuat konsumen tidak bingung dan berpikir panjang untuk berkunjung ke tempat usaha. Disamping itu, tempat usaha yang strategis juga akan berpengaruh terhadap rantaian pasok sehingga memudahkan melakukan distribusi persediaan dan menekan biaya pengangkutan. Studi tentang lokasi menyatakan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dicapai akan sebanding dengan tingkat keputusan pembelian dari konsumen terhadap usaha tersebut (Mundir, 2015).

Faktor lainnya yang juga penting untuk membangun sebuah usaha yang tentunya dapat meningkatkan keputusan pembelian pada usaha yang dijalankan yaitu mengenai fasilitas yang disediakan dalam usaha tersebut. fasilitas

merupakan salah satu aspek penunjang dari sebuah usaha. Fasilitas yang lengkap tentunya akan lebih membuat konsumen untuk memutuskan untuk berkunjung dan membeli produk pada usaha tersebut. Fasilitas setiap usaha memiliki perbedaan yang signifikan antara usaha konvensional dan usaha *online*. Dalam usaha konvensional, beberapa fasilitas diperlukan untuk meningkatkan keputusan konsumen untuk berbelanja di toko tersebut diantaranya fasilitas pelayanan yang memadai pada saat membeli hingga pasca membeli yang akan memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen. Selain itu berbagai fasilitas yang menunjang tentunya akan meningkatkan keputusan pembelian (Lubis & Hidayat, 2017) (Hidayat et al., 2018). Beberapa fasilitas seperti pembayaran non tunai dengan menggunakan debet yang sangat diperlukan dizaman sekarang dimana beberapa masyarakat memilih melakukan pembayaran melalui debet. Sedangkan fasilitas di usaha online yaitu layanan yang disediakan dalam pembelian online sangat mempengaruhi konsumen dalam berbelanja. Fasilitas yaitu jasa pengiriman, jasa pelayanan, jasa pembayaran yang harus optimal yang tentunya akan meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen. Konsumen akan melakukan pembelian pada usaha yang mampu menyediakan kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang mereka inginkan dimana keputusan pembelian sebanding dengan fasilitas yang diberikan dalam usaha tersebut (Tamama et al., 2019). Beberapa studi tentang keputusan pembelian yang sudah dilakukan di berbagai tempat, hasil studinya menyatakan ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan (Andriani, 2020) (Muharromah et al., 2017) (Nasution, 2017). Berbeda dengan hasil studi lain yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Djohansjah & Pratomo, 2017) (Tamama et al., 2019).

Cafe Bang Faiz merupakan salah satu bidang usaha food and beverage yang beralamat di Jalan Tengku Fahrurroddin, Kelurahan Lubuk Pakam I-II, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang, lokasi Cafe Bang Faiz bisa dikatakan cukup strategis selain mudah dijumpai, kafe ini berada di perkotaan. Café Bang Faiz merupakan café yang menyediakan berbagai fasilitas yang tentunya dapat meningkatkan volume dari pengunjung untuk melakukan pembelian pada cafenya. Seiring perkembangan zaman, banyak café baru yang juga mendirikan usaha yang sama dengan Café bang Faiz yang tentunya menjadi pesaing langsung bagi Café Bang Faizs. Maka dari itu, diperlukan suatu strategi yang tepat untuk meningkatkan berbagai hal dalam café tersebut salah satunya fasilitas untuk dapat bersaing dengan café-café lainnya yang berkembang sehingga tetap dapat menjaga jumlah dari konsumen café di Café bang Faizs. Cafe Bang Faiz merupakan salah satu yang terkena dari imbas banyaknya pesaing baru yang bermunculan, dari jumlah pembeli tiga tahun terakhir yaitu tahun 2017, 2018 dan 2019 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Ini terlihat dari perbandingan data pembeli pada tahun 2017 sebanyak 12.724 dan 10.457 di tahun 2018. Artinya pembeli mengalami penurunan sebesar 15 % dan pada tahun 2019 tercatat pembeli sebanyak 9.875 atau mengalami penurunan sebanyak 5,5%.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Cafe Bang Faiz yang beralamat di Jalan Tengku Fahrurroddin, Kelurahan Lubuk Pakam I-II, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2020. Populasi penelitian ini adalah konsumen Café Bang Faizs untuk tahun 2017 hingga 2019 yang berjumlah 33.056 orang. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang didapat menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian. Indikator variabel lokasi terdiri dari akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan sekitar. Untuk indikator variabel fasilitas terdiri dari desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi, dan peralatan penunjang. Sedangkan untuk indikator variabel keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner dan studi pustaka, kuesioner dikembangkan dari indikator masing-masing variabel yang menjadi pengamatan. Uji data dilakukan dengan validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda, dengan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi, uji simultan dan uji parsial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah sampel penelitian yang telah dikategorikan pada ketentuan tertentu dalam penelitian. Dalam penelitian ini sampel berjumlah sebanyak 100 orang pelanggan yang telah mengisi instrumen penelitian didasarkan pada pelanggan yang telah melakukan pembelian di Cafe Bang Faizs.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah
1	17-20 Tahun	26
2	21-25 Tahun	45

No	Usia	Jumlah
3	26-30 Tahun	22
4	>30 Tahun	7
	Total	1000

Dari tabel diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden yang pernah membeli dan berkunjung ke Cafe Bang Faizs paling banyak adalah usia di 21-25 tahun, selanjutnya usia 17-20 tahun sebanyak 26 orang, usia 26-30 tahun sebanyak 22 orang, dan usia >30 tahun sebanyak 7 orang.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	39
2	Perempuan	61
	Total	100

Dari tabel diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden yang pernah membeli dan berkunjung ke Cafe Bang Faizs paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 61 orang, dan pembeli dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	IRT/Tidak Bekerja	23
2	Pelajar/Mahasiswa	31
3	Wiraswasta	16
4	Karyawan Swasta/BUMN	21
5	Perawat	1
6	PNS	6
7	Guru	2
	Total	100

Dari tabel pekerjaan diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden yang pernah membeli dan berkunjung ke Cafe Bang Faizs paling banyak adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 31 orang, selanjutnya IRT/tidak bekerja sebanyak 23 orang, Wiraswasta sebanyak 16 orang, Karyawan Swasta/BUMN sebanyak 21 orang, Perawat sebanyak 1 orang, PNS sebanyak 6 orang, dan Guru sebanyak 2 orang.

2. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Lokasi

Untuk mengukur variabel lokasi, digunakan 5 indikator berdasarkan pada teori yang digunakan. Melalui analisis pertanyaan yang telah dijawab oleh responden dalam penelitian ini, maka didapatkan hasil akumulasi sebagai berikut:

Tabel 4. Rekapitulasi jawaban responden variabel Lokasi

No	Pernyataan	Jawaban responden						Jlh	
		Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju			
		F	%	F	%	F	%		
1	Lokasi 1	8	8%	35	35%	49	49%	8 100	
2	Lokasi 2	0	0%	18	18%	72	72%	9 2 100	
3	Lokasi 3	2	2%	37	37%	55	55%	6 0 100	
4	Lokasi 4	1	1%	36	36%	57	57%	6 0 100	
5	Lokasi 5	4	4%	78	78%	16	16%	2 0 100	
6	Lokasi 6	0	0%	21	21%	48	48%	29 2 100	
7	Lokasi 7	1	1%	52	52%	42	42%	5 0 100	
8	Lokasi 8	28	28%	64	64%	7	7%	1 0 100	
9	Lokasi 9	13	13%	76	76%	10	10%	1 0 100	
10	Lokasi 10	17	17%	80	80%	3	3%	0 0 100	
	Rata-rata		7,4%		49,7%		35,9%		
							6,7%	0,3%	

Tabel diatas terlihat bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 7,4%, yang menjawab setuju sebanyak 49,7%, yang menjawab kurang setuju hanya 35,9%, yang menjawab tidak setuju 6,7%, dan yang menjawab sangat tidak setuju

hanya 0,3%, hal tersebut menyatakan bahwa lokasi mulai dari akses, tempat parkir, visibilitas, ekspansi dan lingkungan sekitar Cafe Bang Faizs sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

3. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas

Untuk mengukur variabel fasilitas, digunakan 5 indikator berdasarkan pada teori yang digunakan. Melalui analisis pertanyaan yang telah dijawab oleh responden dalam penelitian ini, maka didapatkan hasil akumulasi sebagai berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi jawaban responden variabel Fasilitas

No	Pernyataan	Jawaban responden										Jlh	
		Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Fasilitas 1	2	2%	27	27%	64	64%	7	7%	0	0%	100	
2	Fasilitas 2	3	3%	23	23%	67	67%	6	6%	1	2%	100	
3	Fasilitas 3	1	1%	10	10%	36	36%	38	38%	15	15%	100	
4	Fasilitas 4	1	1%	22	22%	57	57%	17	17%	3	3%	100	
5	Fasilitas 5	0	0%	18	18%	68	68%	11	11%	3	3%	100	
6	Fasilitas 6	0	0%	13	13%	56	56%	24	24%	7	7%	100	
7	Fasilitas 7	3	3%	61	61%	35	35%	1	1%	0	0%	100	
8	Fasilitas 8	1	1%	13	13%	77	77%	9	9%	0	0%	100	
9	Fasilitas 9	11	11%	77	77%	12	12%	0	0%	0	0%	100	
10	Fasilitas 10	1	1%	14	14%	68	0%	15	15%	2	2%	100	
Rata-rata		2,3%		27,8%		54%		12,8%		3,1%			

Pada tabel diatas terlihat bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,3%, yang menjawab setuju sebanyak 27,8%, yang menjawab kurang setuju hanya 54%, yang menjawab tidak setuju 12,8%, serta yang menyatakan sangat tidak setuju hanya 3,1%, hal tersebut menyatakan jika pelanggan kurang setuju dengan fasilitas yang disediakan Cafe Bang Faizs atau tidak sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

4. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Untuk mengukur variabel keputusan pembelian, dipakai 4 indikator berdasarkan pada teori yang digunakan. Melalui analisis pertanyaan yang telah dijawab oleh responden dalam penelitian ini, maka didapatkan hasil akumulasi sebagai berikut:

Tabel 6. Rekapitulasi jawaban responden variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban responden										Jlh	
		Sangat setuju		Setuju		Kurang setuju		Tidak setuju		Sangat tidak setuju			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Kep_pemb 1	4	4%	40	40%	54	54%	2	2%	0	0%	100	
2	Kep_pemb 2	3	3%	36	36%	59	59%	2	2%	1	0%	100	
3	Kep_pemb 3	4	4%	65	65%	30	30%	1	1%	15	0%	100	
4	Kep_pemb 4	15	15%	70	70%	14	14%	1	1%	3	0%	100	
5	Kep_pemb 5	2	2%	14	14%	68	68%	10	10%	3	6%	100	
6	Kep_pemb 6	42	42%	48	48%	10	10%	0	0%	7	0%	100	
7	Kep_pemb 7	25	25%	61	61%	9	9%	4	4%	0	1%	100	
8	Kep_pemb 8	39	39%	58	58%	2	2%	1	1%	0	0%	100	
Rata-rata		16,8%		49,0%		30,8%		2,6%		0,9%			

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat ditunjukkan bahwa yang menyatakan sangat setuju sebesar 16,8%, yang menyatakan setuju sebesar 49,0%, hal tersebut menyatakan bahwa pelanggan memilih Cafe Bang Faizs sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan mereka, yang menyatakan kurang setuju hanya 30,8%, yang menyatakan tidak setuju 2,6%, serta menyatakan sangat tidak setuju 0,9%, hal tersebut menyatakan jika pelanggan lain kurang berminat untuk melakukan pembelian di Cafe Bang Faizs.

5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini dengan cara melihat instrument yang digunakan tepat atau tidak sebagai bahan uji dalam penelitian. Kriteria uji validitas ini yaitu jika rhitung lebih besar dari rtabel maka instrumen yang digunakan dapat dikatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

No	Instrumen	Nilai r hitung variabel			Nilai rtabel	Kesimpulan
		Lokasi	Fasilitas	Keputusan pembelian		
1.	Instrumen 1	0,496	0,589	0,830	0,311	Valid
2.	Instrumen 2	0,568	0,713	0,801	0,311	Valid
3.	Instrumen 3	0,377	0,465	0,751	0,311	Valid
4.	Instrumen 4	0,424	0,753	0,799	0,311	Valid
5.	Instrumen 5	0,693	0,822	0,785	0,311	Valid
6.	Instrumen 6	0,524	0,564	0,860	0,311	Valid
7.	Instrumen 7	0,570	0,587	0,525	0,311	Valid
8.	Instrumen 8	0,462	0,483	0,819	0,311	Valid
9.	Instrumen 9	0,602	0,724	-	0,311	Valid
10.	Instrumen 10	0,582	0,383	-	0,311	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel, maka dapat dinyatakan bahwa setiap variabel yang diuji dalam penelitian valid.

Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui kehandalan dari instrumen penelitian yang digunakan. Dalam uji reliabilitas, sebuah instrumen penelitian dinyatakan handal jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6.

Tabel 8. Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabeli	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Lokasi	0,826	Reliabel
2	Fasilitas	0,859	Reliabel
3	Keputusan pembelian	0,927	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6, maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini *reliable*.

6. Hasil Uji Regresi Linear

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh dari lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Café Bang Faizs, hasil dari pengujian tersebut ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	14,155	2,501		5,660	,000
1 Lokasi (X1)	,332	,081	,399	4,114	,000
Fasilitas (X2)	,136	,053	,248	2,556	,012
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)					

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi penelitian ini yaitu:

$$Y = 14,155 + 0,332X_1 + 0,136X_2$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta keputusan pembelian sebesar 14.155 artinya bahwa jika nilai variabel bebas lokasi dan fasilitas nilainya 0, maka variabel terikat keputusan pembelian nilainya sebesar 14.155. Koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya keputusan pembelian pada Café Bang Faizs dapat dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas.

7. Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Café Bang Faizs.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Models	R	R Squarei	Adjusted R Squaree	Std. Error of the Estimates
1	,566 ^a	,321	,307	2,037
a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Lokasi (X1)				

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.321 atau 32.1%, ini menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan pembelian di Café Bang Faizs, sedangkan sisanya 67.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Café Bang Faizs, dengan kriteria:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1, H_2 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak ada pengaruh.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1, H_2 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Coefficients^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,155	2,501		5,660	,000
1 Lokasi (X1)	,332	,081	,399	4,114	,000
Fasilitas (X2)	,136	,053	,248	2,556	,012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk lokasi sebesar 4.114 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1.984 dengan nilai sig (0.000), artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai t_{hitung} untuk fasilitas sebesar 2.556 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1.984 dengan nilai sig (0.012), artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka secara parsial fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk melihat pengaruh variabel lokasi dan fasilitas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faiz. Pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0.05$ (5%), dengan kriteria:

1. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig F > \alpha 5\%$, maka H_0 diterima, H_3 ditolak, artinya bahwa secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh.
2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig F < \alpha 5\%$, maka H_0 ditolak, H_3 diterima, artinya bahwa secara simultan penelitian ini berpengaruh.

Tabel 12. Hasil Uji simultan (uji F)

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	190,122	2	95,061	22,902	,000 ^b
1 Residual	402,628	97	4,151		
Total	592,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Lokasi (X1)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 22.902$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 2.70$ dengan nilai sig (0.000) $<$ dari alpha (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3

diterima, maka dengan demikian secara simultan lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diketahui bahwa lokasi dan fasilitas dapat menerangkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai koefisien variabel lokasi dan fasilitas sebesar 0.321%, ini menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian di Café Bang Faizs sebesar 0.321%. Sedangkan sisanya 67.9% keputusan pembelian konsumen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian secara parsial sebagai berikut:

- H1 : Secara parsial menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan ini didasarkan pada nilai uji t, yang menyatakan H2 diterima karena thitung > ttabel ($4.114 > 1.984$) dengan nilai sig sebesar 0.000, ini artinya bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.
- H2 : Secara parsial menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan ini didasarkan pada nilai uji t, yang menyatakan H2 diterima karena thitung > ttabel ($2.556 > 1.984$) dengan nilai sig sebesar 0.012, ini artinya bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.

Hasil pengujian secara simultan sebagai berikut:

- H3 : Secara simultan lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs. Pernyataan ini didasarkan pada nilai uji Fhitung > Ftabel ($22.902 > 2.70$) dengan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai alpha, ini artinya bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.

4. KESIMPULAN

Secara simultan dan parsial lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faiz. Sehingga penelitian ini menyarankan (1) Cafe Bang Faizs diharapkan mampu membuat masyarakat lebih mengenal tentang Cafe Bang Faizs dengan cara mempromosikan dan meningkatkan pelayanan serta fasilitas yang lebih baik lagi kepada pelanggan untuk memberikan pengaruh agar masyarakat membuat keputusan untuk melakukan pembelian. (2) Cafe Bang Faiz diharapkan mengevaluasi, memperbarui tempat usaha dan fasilitas yang lebih baik lagi agar pelanggan merasa puas dan kembali melakukan keputusan membeli kembali. (3) Menjadikan penelitian ini sebagai bahan masukan bagi Cafe Bang Faizs mengenai lokasi dan fasilitas yang berkaitan dengan keputusan pembelian. (4) Sebagai tambahan hasil penelitian yang dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

REFERENCES

- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café And Resto Sugar Rush Di Bontang. *E-Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 26–34.
- Dewati, M. A. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Coffee Radio Klaten)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisis pengaruh store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di caturra espresso. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 404–418.
- Fandy, T. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen* (D. Novidiantoko (ed.); Pertama). Deepublish Publisher.
- Hidayat, R., Sinuhaji, E., Widyaningrum, M., Erdiansyah, & Adrianto. (2018). Factors that affect students decision to choose private universities in Medan City Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(6), 1–8.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 15–24.
- Marantina, M., Triastity, R., & Wardiningsih, S. (2017). Analisis Pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(4), 573–580.
- Muharrromah, E. R., Oktini, D. R., & Maharami, N. (2017). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Lexa di Rancacekek). *Prosiding Manajemen*, 3(2), 872–876.
- Mundir. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nasution, H. S. (2017). *Pengaruh Faktor Harga , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Bangsal Kopi Lubuk Pakam*. Universitas Sumatera Utara.
- Nirwana. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa* (pertama). Alta Pustaka.
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 5(1), 1–9.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Journal of Trends Economics and Accounting Research

Vol 1, No 2, Desember 2020, pp 74-81

ISSN 2745-7710 (Media Online)

Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>

Tamama, M., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Kualitas Produk Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sarijan Coffee 2. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 8(18), 140–148.