

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Cafe BBC Marabahan yang tempatnya berada di Jl. Bahudin Musa, Kecamatan Marabahan, Kabupaten Barito Kuala. Cafe ini mengusung konsep yang sederhana namun dikemas menjadi tempat yang nyaman bersantai untuk para konsumen. Menu yang ditawarkan di cafe BBC ini pun bervariasi dari minuman mulai dari harga Rp. 12.000 – Rp. 18.000 dan cemilan serta makanannya mulai dari harga Rp. 10.000 – Rp. 25.000.

Fasilitas adalah semua hal yang dapat mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), hal ini berarti perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian contoh fasilitasnya adalah tempat mushalla, ruangan indoor yang ada AC nya, Live Music sebulan ada 3 kali Live Music setiap malam minggu, malam selasa, malam kamis, tempat parkir yang cukup luas untuk mobil dan motor.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pelanggan atau konsumen yang menikmati menu yang ada di Cafe BBC Marabahan Barito Kuala yang berjumlah 75

orang responden penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut, dapat diketahui karakteristik responden penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pelanggan atau konsumen yang menikmati menu yang ada di Cafe BBC Marabahan Barito Kuala dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden Penelitian

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Laki-Laki	31	41,3
Perempuan	44	58,6
Total	75	100

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang, dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

b. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pelanggan atau konsumen yang menikmati menu yang ada di Cafe BBC Marabahan Barito Kuala dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2 Usia Responden Penelitian

Usia	Jumlah Orang	Persentase (%)
≥ 17 Tahun s/d 25 Tahun	33	44,0
26 Tahun s/d 35 Tahun	24	32,0
36 Tahun s/d 45 Tahun	12	16,0
> 45 Tahun	6	8,0
Total	75	100

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden berusia 17 sampai 25 tahun sebanyak 33 orang. Responden berusia antara 26 sampai 35 tahun sebanyak 24 orang. Responden berusia dari 36 sampai 45 tahun sebanyak 12 orang. responden berusia lebih dari 45 tahun sebanyak 6 orang. Mayoritas responden berusia diatas 17 sampai 25 tahun.

c. Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pelanggan atau konsumen yang menikmati menu yang ada di Cafe BBC Marabahan Barito Kuala dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden Penelitian

Pendidikan Terakhir	Jumlah Orang	Persentase (%)
Lulusan SMA/SMK	28	37,2
Lulusan Diploma	14	18,7

Lulusan Sarjana (S1)	29	38,7
Lulusan Magister (S2)/Doktor (S3)	4	5,3
Total	75	100

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden dari lulusan SMA/SMK sebanyak 28 orang. Responden dari lulusan Diploma sebanyak 14 orang. Responden dari lulusan Sarjana (S1) sebanyak 29 orang, dan responden dari lulusan Magister (S2)/Doktor (S3) sebanyak 4 orang. Mayoritas responden merupakan lulusan Sarjana (S1)

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan suatu instrumen dalam pengukuran. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah satu kuesioner dapat dikatakan valid atau tidak. Jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner maka kuesioner tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2018: 51). Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk menguji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka data dinyatakan valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka data dinyatakan tidak valid

Tabel 4. 4 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Validitas		
		r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi (X1)	X1P1	0,858	0,227	Valid
	X1P2	0,796	0,227	Valid
	X1P3	0,805	0,227	Valid
	X1P4	0,814	0,227	Valid
	X1P5	0,701	0,227	Valid
	X1P6	0,785	0,227	Valid
	X1P7	0,812	0,227	Valid
	X1P8	0,827	0,227	Valid
	X1P9	0,822	0,227	Valid
	X1P10	0,818	0,227	Valid
Fasilitas (X2)	X2P1	0,685	0,227	Valid
	X2P2	0,872	0,227	Valid
	X2P3	0,828	0,227	Valid
	X2P4	0,799	0,227	Valid
	X2P5	0,817	0,227	Valid
	X2P6	0,761	0,227	Valid
	X2P7	0,788	0,227	Valid
	X2P8	0,815	0,227	Valid
	X2P9	0,850	0,227	Valid

Variabel	Item Pernyataan	Validitas		
		r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	X2P10	0,808	0,227	Valid
Harga (X3)	X3P1	0,682	0,227	Valid
	X3P2	0,564	0,227	Valid
	X3P3	0,715	0,227	Valid
	X3P4	0,780	0,227	Valid
	X3P5	0,757	0,227	Valid
	X3P6	0,760	0,227	Valid
	X3P7	0,715	0,227	Valid
	X3P8	0,785	0,227	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	YP1	0,846	0,227	Valid
	YP2	0,778	0,227	Valid
	YP3	0,820	0,227	Valid
	YP4	0,826	0,227	Valid
	YP5	0,811	0,227	Valid
	YP6	0,722	0,227	Valid
	YP7	0,785	0,227	Valid
	YP8	0,788	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan pada variabel memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari pada

r_{tabel} yaitu 0,227. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk menguji tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliable apabila diuji secara berulang-ulang akan diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka kuesioner dinyatakan reliable (Ghozali, 2018: 45).

Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Lokasi (X1)	0,939	Reliabel
2.	Fasilitas (X2)	0,939	Reliabel
3.	Harga (X3)	0,868	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,918	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,6. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019: 147). Analisis statistik deskriptif ini menguraikan tentang hasil jawaban mengenai pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang telah diisi oleh para responden.

Tabel 4. 6 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden

Rata - Rata Skor	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Ferdinand, 2014: 278)

Jawaban pada kuesioner ini menggunakan skala likert dengan penjelasan skor sebagai berikut.

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Netral (N) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

a. Variabel Lokasi (X1)

Jawaban mengenai variabel lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Lokasi

Item Pernyataan	Penilaian Responden						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total Respon den	Mean
X1P1	13	14	19	17	12	75	2,99
X1P2	12	18	17	18	10	75	3,05
X1P3	11	15	13	20	16	75	2,80
X1P4	11	18	12	20	14	75	2,89
X1P5	9	18	21	14	13	75	2,95
X1P6	12	10	28	16	9	75	3,00
X1P7	13	13	22	18	9	75	3,04
X1P8	12	17	17	11	18	75	2,92
X1P9	11	18	22	10	14	75	3,03
X1P10	12	16	22	20	5	75	3,13
Rata-Rata							2,98

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat dijelaskan terkait tanggapan responden mengenai variabel lokasi yang menunjukkan bahwa, skor rata-rata terendah pada item ke-3 dengan mean sebesar 2,80 yang termasuk kategori cukup/sedang. Sedangkan, item pernyataan ke-10 merupakan item tertinggi dengan skor mean sebesar 3,13 yang tergolong dalam kategori

cukup/sedang. Secara keseluruhan skor variabel lokasi termasuk dalam kategori cukup/sedang.

b. Variabel Fasilitas (X2)

Jawaban mengenai variabel fasilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Fasilitas

Item Pernyataan	Penilaian Responden						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total Respon den	Mean
X2P1	8	18	24	13	12	75	2,96
X2P2	13	15	22	19	6	75	3,13
X2P3	18	17	19	11	10	75	3,29
X2P4	13	14	27	14	7	75	3,16
X2P5	11	21	11	15	17	75	2,92
X2P6	9	14	22	16	14	75	2,84
X2P7	18	16	21	14	6	75	3,35
X2P8	19	12	20	17	7	75	3,25
X2P9	14	12	20	18	11	75	3,00
X2P10	10	17	16	18	14	75	2,88
Rata-Rata							3,08

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat dijelaskan terkait tanggapan responden mengenai variabel fasilitas yang menunjukkan bahwa, skor rata-rata

terendah pada item ke-6 dengan mean sebesar 2,84 yang termasuk kategori cukup/sedang. Sedangkan, item pernyataan ke-7 merupakan item tertinggi dengan skor mean sebesar 3,35 yang tergolong dalam kategori cukup/sedang. Secara keseluruhan skor variabel fasilitas termasuk dalam kategori cukup/sedang.

c. Variabel Harga (X3)

Jawaban mengenai variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga

Item Pernyataan	Penilaian Responden						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total Respon den	Mean
X3P1	12	11	20	24	8	75	2,93
X3P2	10	17	29	12	7	75	3,15
X3P3	7	16	21	23	8	75	2,88
X3P4	9	8	15	30	13	75	2,60
X3P5	11	7	23	18	16	75	2,72
X3P6	13	19	17	14	12	75	3,09
X3P7	8	21	17	19	10	75	2,97
X3P8	7	12	17	21	18	75	2,59
Rata-Rata							2,87

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat dijelaskan terkait tanggapan responden mengenai variabel harga yang menunjukkan bahwa, skor rata-rata terendah pada item ke-8 dengan mean sebesar 2,59 yang termasuk kategori rendah. Sedangkan, item pernyataan ke-2 merupakan item tertinggi dengan skor mean sebesar 3,15 yang tergolong dalam kategori cukup/sedang. Secara keseluruhan skor variabel harga termasuk dalam kategori cukup/sedang.

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Jawaban mengenai variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	Penilaian Responden						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total Respon den	Mean
YP1	12	21	23	10	9	75	3,23
YP2	16	24	18	8	9	75	3,40
YP3	12	19	20	15	9	75	3,13
YP4	7	19	22	15	12	75	2,92
YP5	7	19	21	14	14	75	2,88
YP6	10	15	22	17	11	75	2,95
YP7	11	12	28	14	10	75	3,00
YP8	10	17	19	16	13	75	2,93

Item Pernyataan	Penilaian Responden						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total Respon den	Mean
Rata-Rata							3,06

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat dijelaskan terkait tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa, skor rata-rata terendah pada item ke-5 dengan mean sebesar 2,88 yang termasuk kategori cukup/sedang. Sedangkan, item pernyataan ke-1 merupakan item tertinggi dengan skor mean sebesar 3,40 yang tergolong dalam kategori cukup/sedang. Secara keseluruhan skor variabel keputusan pembelian termasuk dalam kategori cukup/sedang.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018: 61). Model regresi dikatakan baik adalah yang berdistribusi data normal atau mendekati normal. Jika nilai residual tidak berdistribusi normal, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Penelitian ini menggunakan uji statistik sederhana dengan menilai pada nilai signifikan Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan melihat angka probabilitas dengan ketentuan:

- 1) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 , maka distribusi dikatakan tidak normal.
- 2) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , maka distribusi dikatakan normal

Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

N	75
Test Statistic	0,048
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5.11, dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig (2-Tailed) sebesar 0,200 memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05, Sehingga dapat disimpulkan, model regresi telah dapat memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018: 107). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance. Ketentuan uji multikolinearitas yaitu jika $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0.10$, maka terjadi gejala Multikolinearitas.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi (X1)	0,989	1,011	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fasilitas (X2)	0,988	1,012	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X3)	0,994	1,006	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Sehingga, dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memastikan adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig	Keterangan
Lokasi (X1)	0,194	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas (X2)	0,535	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X3)	0,954	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.13, menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari nilai toleransi kesalahan yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Analisis regresi linear berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis data dengan regresi linier berganda dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan *program Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil SPSS.

Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Unstandardized Beta	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Lokasi (X1)	0,472	Positif
	Fasilitas (X2)	0,396	Positif
	Harga (X3)	0,440	Positif
Konstanta		-11,903	
Std. Error		1,805	

Sumber: Data diolah, 2026

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$Y = -11,903 + 0,472 X_1 + 0,396 X_2 + 0,440 X_3 + 1,805$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Nilai konstanta sebesar -11,903, artinya walaupun tanpa adanya variabel lokasi, fasilitas, dan harga atau ke tiga variabel bebas nilainya sama dengan nol, maka keputusan pembelian akan bernilai -11,903
- b. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,472. Artinya, lokasi memiliki arah pengaruh positif (searah) terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik lokasi yang ada di cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya.
- c. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,396. Artinya, fasilitas memiliki arah pengaruh positif (searah) terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik fasilitas cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya.
- d. Nilai koefisien regresi variabel harga (X3) sebesar 0,440. Artinya, harga memiliki arah pengaruh positif (searah) terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik penetapan harga yang ada di cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya.

e. Koefisien determinasi

Menurut Ghozali (2018: 97). Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur dan mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan

variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel dependen.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,930	0,865	0,859	2,987

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.17, dapat diketahui nilai *R square* pada koefisien determinasi sebesar 0,865 atau 86,5%, artinya variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh Lokasi, fasilitas dan harga sebesar 86,5%, sedangkan 13,5% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2018: 98). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen

- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka hipotesis dapat diterima, sehingga terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 16 Hasil Uji t

Variabel	Sig	Keterangan
Lokasi (X1)	0,000	Signifikan
Fasilitas (X2)	0,000	Signifikan
Harga (X3)	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil Uji t yang tercantum pada Tabel 4.15 di atas, dapat diketahui sebagai berikut.

- a. Hasil Uji t pengaruh Lokasi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil Uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- b. Hasil Uji t pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil Uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- c. Hasil Uji t pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil Uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, lokasi, fasilitas dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Cafe BBC Marabahan dapat diterima.

b. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menguji variabel-variabel independen yang model terdapat pengaruh pada variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2018: 98). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka hipotesis dapat diterima, sehingga terdapat pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 17 Hasil Uji F

Sig	Keterangan
0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat diketahui dari hasil uji F bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya lokasi, fasilitas dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, fasilitas dan harga

berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe BBC Marabahan dapat diterima.

B. Analisis Data

1. Pengaruh lokasi, fasilitas dan harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik lokasi yang ada di cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya. Kemudian, fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik fasilitas cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya. Selanjutnya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan apabila semakin baik penetapan harga yang ada di cafe, maka akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi. Begitu pula dengan sebaliknya. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Cafe BBC Marabahan dapat diterima.

Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Schiffman dan Kanuk (2007), yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor usaha pemasaran perusahaan seperti produk, promosi, harga dan saluran distribusi. Kemudian, hasil penelitian yang dilakukan oleh Hossler,

et al (1985), Freeman (1999), Cambrera dan La Nasa's (2000) yang menyatakan bahwa faktor demografik, latar belakang sosial ekonomi, jenis kelamin, latar belakang karier keluarga dan karakteristik individu para pelanggan mempengaruhi keputusan pemilihan perguruan tinggi. Selain itu, faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Soffian Assauri adalah harga, tempat dan lokasi Penjual yang strategis

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian oleh Saifullah, Ahmad (2020) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel harga, lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di De'Kopi Arwana. Kemudian sejalan dengan hasil penelitian oleh Anindya Rachma Andanawari, (2014) yang menunjukkan hasil bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen juga terdapat aturan didalam Al-Qur'an yaitu QS. Al-Isra' ayat 26-27 dan 29. Ayat ini memberikan tuntunan dalam berkonsumsi. Setidaknya ada dua pelajaran yang bisa diambil. Pertama, kita diperintahkan untuk menunaikan hak karib (keluarga), orang miskin dan ibnu sabil. Kedua, ayat ini juga melarang kita untuk berperilaku mubazir (boros). Kemudian, pada lanjutan surat Al-Isra' ayat 29 juga ditemukan satu pelajaran yang tidak kalah pentingnya, yaitu pentingnya bersikap proporsional tidak terlalu pelit dan tidak pula menghambur-hamburkan harta. Pesan ayat ini adalah dalam rangka membelanjakan harta

sikap yang terbaik kita lakukan adalah bersikap moderat atau mutawwasit. Itulah makna dari muqtasid yaitu seimbang, setara dan bersikap wajar. Imam Al-Baihaqi meriwayatkan hadis dari Nabi yang artinya adalah, berlaku hemat dalam membelanjakan harta, separuh penghidupan. Dalam melakukan pembelian sebagai seorang muslim kita dianjurkan untuk tidak boros dan mubazir serta membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhan dan memandang kemanfaatan produk yang dibeli.

2. Pengaruh lokasi, fasilitas dan harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa lokasi, fasilitas dan harga memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe BBC Marabahan dapat diterima. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh lokasi, fasilitas dan harga sebesar 86,5%, sedangkan 13,5% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saifullah, Ahmad (2020) yang mendapatkan hasil bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel harga, lokasi, store atmosphere dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di De'Kopi Arwana. Kemudian, sejalan dengan hasil penelitian oleh Anindya Rachma Andanawari, (2014) yang menunjukkan hasil bahwa harga, lokasi

dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.