

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar**

Malintang adalah salah satu desa di Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Luas wilayah Desa Malintang berkisar 627 Ha yang terdiri dari 7 RT dan mempunyai kode wilayah menurut kemendagri yaitu 63.03.03.2007, sedangkan kode pos nya adalah 70652.

Desa Malintang mempunyai batas-batas wilayah meliputi: dari sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kertak Hanyar, sebelah timur berbatasan dengan Desa Malintang Baru, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Guntung Papuyu, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Tambak Sirang Laut.

Penduduk Desa Malintang sangat beragam salah satunya banyak yang berasal dari keturunan daerah Hulu Sungai misalnya dari Kandangan, Barabai, Amuntai, dan Kalua. Akan tetapi ada sebagian lain penduduk Desa Malintang yang dulunya merupakan perantauan yang berasal dari suku Jawa dan Madura.

## 2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Data dari karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan/profesi, penghasilan, dan masa lama membeli BBM. Data responden pada penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 96 responden. Hasil data yang telah diperoleh dijabarkan pada tabel berikut :

### a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	49	51,04 %
2.	Perempuan	47	48,96 %
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki dengan responden perempuan memiliki jumlah perbedaan yang tidak terlalu jauh responden laki-laki berjumlah 49 orang responden (51,04%), sedangkan responden perempuan berjumlah 47 orang responden (48,96 %).

## b. Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 17 Tahun	5	5,21 %
2.	18- 29 Tahun	48	50 %
3.	30- 49 Tahun	28	29,17 %
4.	> 50 Tahun	15	15,62%
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui beberapa kategori usia responden dengan presentase sebagai berikut : Kategori usia < 17 tahun sebanyak 5 (5,21%), kategori usia 18- 29 tahun sebanyak 48 orang (50%), kategori usia 30- 49 tahun sebanyak 28 orang (29,17%), dan kategori usia > 50 tahun sebanyak 15 orang (15,62%). Dalam hal ini terdapat kategori usia responden 18- 29 tahun dan usia 30- 49 tahun yang lebih banyak menjadi konsumen BBM eceran dengan pom mini digital dibandingkan usia responden < 17 tahun dan usia > 50 tahun.

## c. Pekerjaan/Profesi Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/ Profesi

No	Pekerjaan/ Profesi	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pelajar/ Mahasiswa	23	23,96 %
2.	Petani	17	17,71 %
3.	Pegawai Negeri	4	4,17 %
4.	Pegawai Swasta	18	18,75 %
5.	Pengusaha/ Pedagang	14	14,58 %
6.	Lain-lain	20	20,83 %
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui jenis pekerjaan/profesi responden dengan presentase sebagai berikut : Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 23 orang (23,96%), Petani sebanyak 17 orang (17,71%), Pegawai Negeri sebanyak 4 orang (4,17%), Pegawai Swasta sebanyak 18 orang (18,75%), Pedagang/ Pengusaha sebanyak 14 orang (14,58%), dan Lain-lain sebanyak 20 orang (20,83%). Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa kategori pekerjaan/ profesi masyarakatnya beragam, akan tetapi responden paling banyak dalam penelitian ini adalah Pelajar/ Mahasiswa.

d. Penghasilan Responden

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 1.000.000	29	30,21 %
2.	1.000.000 - 3.000.000	47	48,96 %
3.	3.000.000 - 5.000.000	11	11,46 %
4.	> 5.000.000	9	9,37 %
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa tingkat penghasilan responden dengan presentase sebagai berikut : Penghasilan responden < 1.000.000 sebanyak 29 orang (30,21%), Penghasilan responden 1.000.000 - 3.000.000 sebanyak 47 orang (48,96%), Penghasilan responden 3.000.000 - 5.000.000 sebanyak 11 orang (11,46%), dan Penghasilan responden > 5.000.000 sebanyak 9 orang (9,37%). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penghasilan responden yang paling banyak adalah

dengan jumlah penghasilan 1.000.000 - 3.000.000 untuk membeli BBM eceran melalui pom mini tersebut.

e. Masa Lama Responden Membeli BBM Eceran Melalui Pom Mini

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Lama Membeli BBM Eceran Melalui Pom Mini

No.	Masa Lama Membeli	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 6 Bulan	18	18,75 %
2.	7 - 12 Bulan	17	17,71 %
3.	> 1 Tahun	61	63,54 %
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa seberapa lamanya responden menjadi konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini dengan presentase begaia berikut : Lama membeli < 6 Bulan sebanyak 18 orang (18,75%), Lama membeli 7 - 12 Bulan sebanyak 17 orang (17,71%), dan Lama membeli > 1 Tahun sebanyak 61 orang (63,54%). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden sudah lama menjadi konsumen BBM eceran melalui pom mini, yang mana lama membeli responden kategori > 1 Tahun lebih banyak dari waktu lama membeli lainnya.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari tiap-tiap variabel yang diteliti. Berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar, selanjutnya dirangkum

dalam distribusi frekuensi jawaban responden atas setiap pernyataan dari masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Adapun distribusi frekuensi jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

a. Variabel Fasilitas (X1)

Frekuensi jawaban responden mengenai variabel Fasilitas (X1) dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Fasilitas

Item	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>1.1</sub>	0	0%	2	2,08%	27	28,13%	41	42,71%	26	27,08%	96	100%
X <sub>1.2</sub>	0	0%	0	0%	5	5,21%	54	56,25%	37	38,54%	96	100%
X <sub>1.3</sub>	0	0%	0	0%	6	6,25%	32	33,33%	58	60,42%	96	100%
X <sub>1.4</sub>	0	0%	1	1,04%	11	11,46%	41	42,71%	43	44,79%	96	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pada item X<sub>1.1</sub>, sebanyak 2 responden (2,08%) memilih jawaban tidak setuju, 27 responden (28,13%) memilih jawaban netral, 41 responden (42,71%) memilih jawaban setuju, dan 26 responden (27,08%) memilih jawaban sangat setuju.
- 2) Pada item X<sub>1.2</sub>, sebanyak 5 responden (5,21%) memilih jawaban netral, 54 responden (56,25%) memilih jawaban setuju, dan 37 responden (38,54%) memilih jawaban sangat setuju.

- 3) Pada item X1.3, sebanyak 6 responden (6,25%) memilih jawaban netral, 32 responden (33,33%) memilih jawaban setuju, dan 58 responden (60,42%) memilih jawaban sangat setuju.
- 4) Pada item X1.4, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban tidak setuju, 11 responden (11,46%) memilih jawaban netral, 41 responden (42,71%) memilih jawaban setuju, dan 43 responden (44,79%) memilih jawaban sangat setuju.
- b. Variabel Pelayanan (X2)

Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel  
Pelayanan

Item	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>2.1</sub>	0	0%	0	0%	1	1,04%	65	67,71%	30	31,25%	96	100%
X <sub>2.2</sub>	0	0%	0	0%	2	2,08%	71	73,96%	23	23,96%	96	100%
X <sub>2.3</sub>	0	0%	0	0%	0	0%	48	50%	48	50%	96	100%
X <sub>2.4</sub>	0	0%	0	0%	0	0%	72	75%	24	25%	96	100%
X <sub>2.5</sub>	0	0%	0	0%	0	0%	32	33,33%	64	66,67%	96	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pada item X2.1, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban netral, 65 responden (67,71%) memilih jawaban setuju, dan 30 responden (31,25%) memilih jawaban sangat setuju.
- 2) Pada item X2.2, sebanyak 2 responden (2,08%) memilih jawaban netral, 71 responden (73,96%) memilih jawaban setuju, dan 23 responden (23,96%) memilih jawaban sangat setuju.

- 3) Pada item X2.3, sebanyak 48 responden (50%) memilih jawaban setuju, dan 48 responden (50%) memilih jawaban sangat setuju.
  - 4) Pada item X2.4, sebanyak 72 responden (75%) memilih jawaban setuju, dan 24 responden (25%) memilih jawaban sangat setuju.
  - 5) Pada item X2.5, sebanyak 32 responden (33,33%) memilih jawaban setuju, dan 64 responden (66,67%) memilih jawaban sangat setuju.
- c. Variabel Eksistensi (X3)

Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Eksistensi

Item	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>3.1</sub>	0	0%	1	1,04%	12	12,5%	62	64,58%	21	21,88%	96	100%
X <sub>3.2</sub>	0	0%	0	0%	21	21,88%	64	66,67%	11	11,46%	96	100%
X <sub>3.3</sub>	0	0%	1	1,04%	6	6,25%	44	45,83%	45	46,88%	96	100%
X <sub>3.4</sub>	1	1,04%	1	1,04%	11	11,46%	58	60,42%	25	26,04%	96	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pada item X3.1, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban tidak setuju, 12 responden (12,5%) memilih jawaban netral, 62 responden (64,58%) memilih jawaban setuju, dan 21 responden (21,88%) memilih jawaban sangat setuju.
- 2) Pada item X3.2, sebanyak 21 responden (21,88%) memilih jawaban netral, 64 responden (66,67%) memilih jawaban setuju, dan 11 responden (11,46%) memilih jawaban sangat setuju.

- 3) Pada item X3.3, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban tidak setuju, 6 responden (6,25%) memilih jawaban netral, 44 responden (45,83%) memilih jawaban setuju, dan 45 responden (46,88%) memilih jawaban sangat setuju.
- 4) Pada item X3.4, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban sangat tidak setuju, 1 responden (1,04%) memilih jawaban tidak setuju, 11 responden (11,46%) memilih jawaban netral, 58 responden (60,42%) memilih jawaban setuju, dan 25 responden (26,04%) memilih jawaban sangat setuju.
- d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap variabel  
Keputusan Pembelian

Item	Alternatif Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y <sub>1</sub>	0	0%	1	1,04%	11	11,46%	64	66,67%	20	20,83%	96	100%
Y <sub>2</sub>	1	1,04%	0	0%	10	10,42%	61	63,54%	24	25%	96	100%
Y <sub>3</sub>	0	0%	0	0%	14	14,58%	42	43,75%	40	41,67%	96	100%
Y <sub>4</sub>	0	0%	2	2,08%	35	36,46%	35	36,46%	24	25%	96	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Pada item Y.1, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban tidak setuju, 11 responden (11,46%) memilih jawaban netral, 64 responden (66,67%) memilih jawaban setuju, dan 20 responden (20,83%) memilih jawaban sangat setuju.

- 2) Pada item Y.2, sebanyak 1 responden (1,04%) memilih jawaban sangat tidak setuju, 10 reesponden (10,42%) memilih jawaban netral, 61 responden (63,54%) memilih jawaban setuju, dan 24 responden (25%) memilih jawaban sangat setuju.
- 3) Pada item Y.3, sebanyak 14 responden (14,58%) memilih jawaban netral, 42 responden (43,75%) memilih jawaban setuju, dan 40 responden (41,67%) memilih jawaban sangat setuju.
- 4) Pada item Y.4, sebanyak 2 responden (2,08%) memilih jawaban tidak setuju, 35 responden (36,46%) memilih jawaban netral, 35 responden (36,46%) memilih setuju, dan 24 responden (25%) memilih jawaban sangat setuju.

## **B. Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen Penelitian**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian. Valid tidaknya item pernyataan dapat dilihat dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Sebuah item pernyataan dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dimana  $df = n-2$  dengan signifikansi 0,05. Dengan menggunakan responden yang berjumlah 96 responden maka nilai  $r$  tabel  $df = 96-2 = 94$  sehingga diperoleh  $r$  tabel = 0,200.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	0,695	0,200	Valid
	X1.2	0,799	0,200	Valid
	X1.3	0,583	0,200	Valid
	X1.4	0,667	0,200	Valid
Pelayanan (X2)	X2.1	0,685	0,200	Valid
	X2.2	0,806	0,200	Valid
	X2.3	0,662	0,200	Valid
	X2.4	0,861	0,200	Valid
	X2.5	0,427	0,200	Valid
Eksistensi (X3)	X3.1	0,677	0,200	Valid
	X3.2	0,721	0,200	Valid
	X3.3	0,724	0,200	Valid
	X3.4	0,735	0,200	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,616	0,200	Valid
	Y2	0,804	0,200	Valid
	Y3	0,718	0,200	Valid
	Y4	0,799	0,200	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan seluruhnya dinyatakan valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,200.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ukuran suatu item pernyataan yang diajukan kepada responden apakah reliabel atau tidak. Uji reliabilitas ini dengan mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha*, dengan melihat nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka variabel instrumen penelitian dikatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas menggunakan program SPSS versi 26 for windows adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,610	0,60	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,715	0,60	Reliabel
Eksistensi (X3)	0,677	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,717	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil uji reliabilitas dimana nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari nilai standarnya, yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, dengan metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *kolmogrov-smirnov*  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi dari hasil uji *kolmogrov-smirnov*  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari hasil *one sample kolmogrov smirnov test* dengan program SPSS 26 for windows yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12 *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34862516
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.058
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai  $VIF \leq 10$  dan nilai *tolerance*  $\geq 0,1$  maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Adapun hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 26 *for windows* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.880	2.107		-1.841	.069		
	Fasilitas	.440	.087	.394	5.036	.000	.757	1.321
	Pelayanan	.254	.093	.198	2.718	.008	.871	1.148
	Eksistensi	.431	.090	.381	4.805	.000	.736	1.359

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai VIF variabel yaitu Fasilitas (X1) sebesar 1,321, Pelayanan (X2) sebesar 1,148, dan Eksistensi (X3) sebesar 1,359 dimana semua variabel lebih kecil nilainya dari 10 ( $VIF \leq 10$ ). Sedangkan nilai *tolerance* tiap-tiap variabel yaitu Fasilitas (X1) 0,757, Pelayanan (X2) 0,871, dan Eksistensi (X3) 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 0,1 ( $tolerance \geq 0,1$ ), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan pada varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas ini bisa dilakukan dengan metode *Rank Spearman*, menurut Ghazali (2018) apabila nilai sig. (2-tailed) masing-masing variabel independen  $\geq 0,05$  maka tidak mengandung heteroskedastisitas (Dinata & Kurnia, 2022, hal.7). Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 26 for windows :

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
			Fasilitas	Pelayanan	Eksistensi	Unstandar dized Residual	
Spearman's rho	Fasilitas	Correlation Coefficient	1.000	.258*	.413**	0.70	
		Sig. (2-tailed)	.	.011	.000	.497	
		N	96	96	96	96	
	Pelayanan	Correlation Coefficient	.258*	1.000	.302**	-.060	
		Sig. (2-tailed)	.011	.	.003	.559	
		N	96	96	96	96	
	Eksistensi	Correlation Coefficient	.413**	.302**	1.000	-.017	
		Sig. (2-tailed)	.000	.003	.	.871	
		N	96	96	96	96	
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.070	-.060	-.017	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.497	.559	.871	.	
		N	96	96	96	96	
	*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
	**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi (2-tailed) tiap variabel independen yaitu Fasilitas (X1)  $0,497 \geq 0,05$ , Pelayanan (X2)  $0,559 \geq 0,05$ , dan Eksistensi  $0,871 \geq 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dan arah hubungan antara variabel independen yaitu fasilitas, pelayanan, dan eksistensi dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen, apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 26 for windows adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.880	2.107		-1.841	.069
	Fasilitas	.440	.087	.394	5.036	.000
	Pelayanan	.254	.093	.198	2.718	.008
	Eksistensi	.431	.090	.381	4.805	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dari tabel diatas diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien Variabel Fasilitas

$\beta_2$  : Koefisien Variabel Pelayanan

$\beta_3$  : Koefisien Variabel Eksistensi

$X_1$  : Fasilitas

$X_2$  : Pelayanan

$X_3$  : Eksistensi

$e$  : *error* / Variabel Pengganggu

Maka diperoleh model persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = -3,880 + 0,440 X_1 + 0,254 X_2 + 0,431 X_3 + e$$

- a. Konstanta persamaan regresi ( $\alpha$ ) bernilai sebesar -3,880 yang menyatakan bahwa jika variabel Fasilitas ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), dan Eksistensi ( $X_3$ ) = 0, maka keputusan pembelian bernilai sebesar -3,880.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  bernilai sebesar 0,440. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel fasilitas meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,440, dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan tetap (konstan). Koefisien fasilitas bernilai positif maka variabel fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  bernilai sebesar 0,254. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel pelayanan meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,254 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan tetap (konstan). Koefisien

pelayanan bernilai positif maka variabel pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- d. Koefisien regresi X3 bernilai sebesar 0,431. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap variabel eksistensi meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,431 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan tetap (konstan). Koefisien eksistensi bernilai positif maka variabel eksistensi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (fasilitas, pelayanan, dan eksistensi) secara parsial (masing-masing) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Pada pengujian ini tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% dengan  $df = n - k - 1$  ( $df = 96 - 3 - 1$ ) maka diperoleh nilai T tabel sebesar 1,986

Dengan kriteria pengujian :

Ho ditolak dan Ha diterima apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$

Ho diterima dan Ha ditolak apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $sig \geq 0,05$

Tabel 4.16 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.880	2.107		-1.841	.069
	Fasilitas	.440	.087	.394	5.036	.000
	Pelayanan	.254	.093	.198	2.718	.008
	Eksistensi	.431	.090	.381	4.805	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Pengujian Fasilitas (X1), Pelayanan (X2), dan Eksistensi (X3) berdasarkan tabel diatas sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Fasilitas

Variabel fasilitas memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $5,036 \geq$  dari  $T_{tabel}$  yaitu ( $5,036 \geq 1,986$ ) dengan Sig. 0,000. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Pengujian Hipotesis Pelayanan

Variabel pelayanan memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $2,718 \geq$  dari  $T_{tabel}$  yaitu ( $2,718 \geq 1,986$ ) dengan Sig. 0,008. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3) Pengujian Hipotesis Eksistensi

Variabel eksistensi memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $4,805 \geq$  dari  $T_{tabel}$  yaitu ( $4,805 \geq 1,986$ ) dengan Sig. 0,000. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya eksistensi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel keputusan pembelian. Pada pengujian ini tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05 dengan  $df = k; (n-k)$  maka diperoleh F tabel sebesar 2,70.

Dengan kriteria pengujian :

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig \geq 0,05$

Tabel 4.17 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.455	3	77.818	41.435	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172.785	92	1.878		
	Total	406.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Eksistensi, Pelayanan, Fasilitas

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $41,435 \geq$  dari  $F_{tabel}$  yaitu ( $41,435 \geq 2,70$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya fasilitas, pelayanan, dan eksistensi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (fasilitas, pelayanan, dan eksistensi) menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian) atau untuk mengetahui besar persentase variabel terikat yang dijelaskan pada variabel bebas. Adapun hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.575	.561	1.370
a. Predictors: (Constant), Eksistensi, Pelayanan, Fasilitas				

Sumber : Hasil Uji Aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R square sebesar 0,575 atau 57,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu fasilitas, pelayanan, dan eksistensi mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Pembahasan dari variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian secara parsial

Berdasarkan dari hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,036 \geq 1,986$  dengan nilai sig variabel fasilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji statistik, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan fasilitas memiliki arah koefisien regresi positif terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,440 yang artinya jika fasilitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,440.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andriana Puspita Ningrum (2021) dalam penelitiannya diperoleh hasil yaitu fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nirwana bahwa fasilitas merupakan salah satu variabel pemasaran jasa yang memegang peranan sangat penting, karena jasa yang diberikan kepada konsumen membutuhkan dukungan dalam proses penyampaiannya. Fasilitas harus diperhitungkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dialami konsumen secara langsung. Pengamatan terhadap interaksi konsumen dengan fasilitas memberikan dampak yang signifikan terhadap kualitas layanan tersebut di mata konsumen (Azhari, 2017, hal. 86).

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan bahwa fasilitas merupakan variabel penentu keputusan pembelian (Raharjani, 2005). Fasilitas merupakan bentuk sisi fisik yang ditekankan dalam model pengelolaan pasar (Mulyadi, 2012). Fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan dan keamanan konsumen saat berbelanja. (Gama, Rustiarini dan Anggraini, 2016, hal. 24).

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan serta memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila

fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. (Mardiani, 2013, hal. 35).

Fasilitas merupakan alat penunjang untuk kelangsungan bisnis suatu perusahaan jasa. Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh pengelola maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya jika fasilitas yang disediakan buruk maka keputusan pembelian konsumen akan menurun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan, artinya fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan menunjukkan bahwa keputusan seseorang membeli BBM melalui pom mini dipengaruhi oleh beberapa fasilitas yang canggih dan mudah digunakan.

b. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial

Berdasarkan dari hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,718 \geq 1,986$  dengan

nilai sig variabel pelayanan sebesar  $0,008 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji statistik, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan pelayanan memiliki arah koefisien regresi positif terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,254 yang artinya jika pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,254.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya Dwi Permadi (2018) dalam penelitiannya diperoleh hasil yaitu pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang oleh konsumen dalam menggunakan layanan jasa di Warnet *Smile Net*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa konsumen harus diberikan pelayanan terbaik dari semua jenis untuk mempengaruhi niat beli konsumen. Mulyadi (2012) juga mengatakan bahwa selain aspek fisik, manajemen pemasaran juga harus mencakup aspek non fisik. Kegiatan non fisik yang dapat dilakukan berkaitan dengan pelayanan. Raharjani (2005) menemukan dalam penelitiannya bahwa pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. (Gama, Rustiarini dan Anggraini, 2016, hal. 24).

Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Thomson (2012) dan Widagdo (2011) yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh pedagang seperti sikap yang ditunjukkan, komunikasi yang dibangun, cara berpakaian yang baik dan sopan, serta bisa menjadi apa yang diharapkan konsumen maka akan tercipta pelayanan yang bagus dari para pedagang, akibat pelayanan yang bagus maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli BBM melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

c. Pengaruh eksistensi terhadap keputusan pembelian secara parsial

Berdasarkan dari hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel eksistensi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel eksistensi memiliki nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu sebesar  $4,805 \geq 1,986$  dengan nilai sig variabel fasilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti eksistensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji statistik, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan eksistensi memiliki arah koefisien regresi positif terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,431 yang

artinya jika eksistensi mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,431.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotabe (dalam Tamamudin, 2012), yang menyatakan bahwa semakin tinggi eksistensi suatu inovasi produk yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan membeli.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan oleh Aleiyya, et al, (2014: 6), yang menyatakan bahwa keberadaan inovasi produk baru mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh yang diberikan oleh sebuah inovasi produk seperti minat konsumen akan produk baru, evaluasi konsumen akan produk baru terhadap keputusan pembelian.

Dengan adanya keberadaan pom mini yang begitu populer dikalangan masyarakat sehingga banyak menarik minat masyarakat untuk mencoba membeli BBM dengan cara yang baru yaitu dengan pom mini, maka hal ini akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli BBM menggunakan pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

- d. Pengaruh fasilitas, pelayanan, dan eksistensi terhadap keputusan pembelian secara simultan

Berdasarkan hasil analisis uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1), pelayanan (X2), dan eksistensi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM eceran melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar. Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas F lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $41,435 \geq 2,70$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya fasilitas, pelayanan, dan eksistensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian BBM melalui pom mini di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

Untuk menunjukkan seberapa besar variabel keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi maka dapat diketahui dari hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh nilai R square sebesar 0,575 atau 57,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu fasilitas, pelayanan, dan eksistensi mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.