

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki Laki	58	58
2.	Perempuan	42	42
Jumlah		100	100

Berdasarkan data karakteristik responden yang disajikan pada tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 orang atau sebesar 58%, sedangkan responden perempuan berjumlah 42 orang atau sebesar 42% dari total 100 responden konsumen di One Parade Coffee. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan responden perempuan.

b. Usia

Tabel 4. 2

Karakteristik Ressoa Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	<17 Tahun	1	1
2.	17-24 Tahun	75	75
3.	25-34 Tahun	23	23
4.	>35 Tahun	1	1
Jumlah		100	100

Berdasarkan data karakteristik usia responden yang ditampilkan pada tabel di atas, diketahui bahwa responden berusia <17 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 1%, responden dengan rentang usia 17–24 tahun sebanyak 75 orang atau 75%, responden berusia 25–34 tahun berjumlah 23 orang atau 23%, serta responden berusia >35 tahun sebanyak 1 orang atau 1% dari total 100 responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden dengan rentang usia 17–24 tahun merupakan kelompok konsumen yang paling dominan dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

c. Frekuensi Kunjungan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No.	Frekuensi Kunjungan Konsumen	Jumlah	Persentase
1.	1-2 kali /bulan	71	71
2.	3-4 kali /bulan	21	21
3.	4 kali /bulan	8	8
Jumlah		100	100

Berdasarkan data karakteristik responden mengenai frekuensi kunjungan yang disajikan pada tabel di atas, diketahui bahwa responden dengan frekuensi kunjungan 1–2 kali per bulan berjumlah 71 orang atau sebesar 71%, responden dengan frekuensi kunjungan 3–4 kali per bulan sebanyak 21 orang atau 21%, serta responden dengan frekuensi kunjungan lebih dari 4 kali per bulan berjumlah 8 orang atau 8% dari total 100 responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen One Parade Coffee melakukan kunjungan sebanyak 1–2 kali dalam satu bulan.

2. Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai setiap variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil responden terhadap kuesioner yang telah disebar, data kemudian disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap pernyataan dari masing-masing variabel penelitian.

a. Variabel Fasilitas (X1)

Tabel 4. 4

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X1)

Item	Alternatif Jawaban											
	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	32	32	52	52	15	15	1	1	0	0	100	100
X1.2	40	40	47	47	11	11	2	2	0	0	100	100
X1.3	35	35	53	53	12	12	0	0	0	0	100	100
X1.4	30	30	50	50	18	18	2	2	0	0	100	100

X1.5	41	41	56	56	3	3	0	0	0	0	100	100
-------------	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	-----	-----

Melalui tabel tersebut dapat dideskripsikan dengan berbagai pernyataan yaitu:

- 1) Pada variabel Fasilitas (X1) item X1.1, dari total 100 responden, kategori jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu sebanyak 52 responden atau 52%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pernyataan mengenai kenyamanan fasilitas tempat duduk di One Parade Coffee.
- 2) Pada variabel Fasilitas (X1) item X1.2, dari 100 responden, jawaban yang paling dominan adalah “Setuju”, dengan jumlah 47 responden atau 47%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menilai ketersediaan fasilitas Wi-Fi dan stop kontak telah mendukung aktivitas pelanggan.
- 3) Pada variabel Fasilitas (X1) item X1.3, dari total 100 responden, pilihan jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu sebanyak 53 responden atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persetujuan terhadap pernyataan bahwa desain meja dan kursi coffee shop dinilai menarik serta terawat dengan baik.
- 4) Pada variabel Fasilitas (X1) item X1.4, dari 100 responden, jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, sebanyak 50 responden atau 50%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai fasilitas parkir yang tersedia telah cukup memadai.

5) Pada variabel Fasilitas (X1) item X1.5, dari total 100 responden, kategori jawaban “Setuju” memiliki frekuensi tertinggi, yaitu sebanyak 56 responden atau 56%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan terhadap ketersediaan serta fungsi fasilitas toilet yang dinilai baik.

b. Variabel Lokasi (X2)

Tabel 4. 5

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi (X2)

Item	Alternatif Jawaban											
	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	45	45	48	48	7	7	0	0	0	0	100	100
X2.2	40	40	53	53	7	7	0	0	0	0	100	100
X2.3	31	31	28	28	30	30	10	10	1	1	100	100
X2.4	41	41	50	50	9	9	0	0	0	0	100	100
X2.5	26	26	52	52	20	20	2	2	0	0	100	100

Melalui tabel tersebut dapat dideskripsikan dengan berbagai pernyataan yakni:

- 1) Pada variabel Lokasi (X2) item X2.1, dari total 100 responden, kategori jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu sebanyak 48 responden atau 48%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pernyataan bahwa One Parade Coffee mudah ditemukan serta memiliki akses yang mudah dijangkau.
- 2) Pada variabel Lokasi (X2) item X2.2, dari 100 responden, jawaban dengan frekuensi tertinggi berada pada kategori “Setuju”, yaitu sebanyak 53 responden atau 53%. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan bahwa One Parade Coffee berlokasi di area yang strategis.

- 3) Pada variabel Lokasi (X2) item X2.3, dari total 100 responden, frekuensi jawaban tertinggi terdapat pada kategori “Sangat Setuju”, yaitu sebanyak 31 responden atau 31%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan terhadap pernyataan bahwa lokasi One Parade Coffee berdekatan dengan tempat tinggal atau tempat kerja responden.
- 4) Pada variabel Lokasi (X2) item X2.4, dari 100 responden, kategori jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu sebanyak 50 responden atau 50%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai lingkungan di sekitar One Parade Coffee tergolong aman dan nyaman.
- 5) Pada variabel Lokasi (X2) item X2.5, dari total 100 responden, jawaban dengan frekuensi tertinggi berada pada kategori “Setuju”, yaitu sebanyak 52 responden atau 52%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan bahwa lokasi One Parade Coffee berdekatan dengan tempat ibadah.

Tabel 4. 6
Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Alternatif Jawaban											
	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	32	32	60	60	8	8	0	0	0	0	100	100
Y2	38	38	55	55	7	7	0	0	0	0	100	100
Y3	31	31	45	45	23	23	1	1	0	0	100	100
Y4	31	31	56	56	13	13	0	0	0	0	100	100
Y5	44	44	48	48	8	8	0	0	0	0	100	100

Melalui tabel tersebut dapat dideskripsikan dengan berbagai pernyataan yaitu:

- 1) Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) item Y.1, dari total 100 responden, kategori jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu sebanyak 60 responden atau 60%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persetujuan terhadap pernyataan bahwa One Parade Coffee berlokasi dekat dengan tempat ibadah.
- 2) Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) item Y.2, dari 100 responden, jawaban dengan frekuensi tertinggi berada pada kategori “Setuju”, yaitu sebanyak 55 responden atau 55%. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan dalam mengambil keputusan pembelian di One Parade Coffee setelah memperoleh informasi dari teman.
- 3) Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) item Y.3, dari total 100 responden, kategori jawaban dengan frekuensi tertinggi adalah “Setuju”, yaitu

sebanyak 45 responden atau 45%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan dalam memilih One Parade Coffee setelah melakukan perbandingan suasana dan tingkat kenyamanan dengan coffee shop lain.

- 4) Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) item Y.4, dari 100 responden, jawaban dengan frekuensi tertinggi terdapat pada kategori “Setuju”, yaitu sebanyak 56 responden atau 56%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih One Parade Coffee karena dinilai sesuai dengan kebutuhan sebagai tempat bersantai maupun bekerja.
- 5) Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) item Y.5, dari total 100 responden, kategori jawaban “Setuju” memiliki frekuensi paling tinggi, yaitu sebanyak 48 responden atau 48%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuan memilih One Parade Coffee karena sesuai dengan kebutuhan sebagai tempat untuk bersantai maupun bekerja.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah setiap butir pernyataan yang digunakan dalam pengumpulan data dinyatakan sah atau tidak. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi Pearson Product Moment memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan derajat kebebasan $df = n - 2$ pada tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan jumlah responden sebanyak

100 orang, maka diperoleh nilai r_{tabel} dengan ($df = 100 - 2 = 98$), yaitu sebesar 0,1966.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	1	0,1966	“Valid”
	X1.2	0,434	0,1966	“Valid”
	X1.3	0,302	0,1966	“Valid”
	X1.4	0,266	0,1966	“Valid”
	X1.5	0,298	0,1966	“Valid”
Lokasi (X2)	X2.1	1	0,1966	“Valid”
	X2.2	0,447	0,1966	“Valid”
	X2.3	0,260	0,1966	“Valid”
	X2.4	0,462	0,1966	“Valid”
	X2.5	0,205	0,1966	“Valid”
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	1	0,1966	“Valid”
	Y.2	0,361	0,1966	“Valid”
	Y.3	0,350	0,1966	“Valid”
	Y.4	0,366	0,1966	“Valid”
	Y.5	0,420	0,1966	“Valid”

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Fasilitas (X1), Lokasi (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, indikator-indikator yang telah ditetapkan dinilai mampu mengukur masing-masing variabel penelitian secara akurat, serta seluruh item

pernyataan dalam kuesioner dapat merepresentasikan dan mencerminkan variabel yang diteliti secara menyeluruh.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,718	0,60	“Reliabel”
Lokasi (X2)	0,693	0,60	“Reliabel”
Keputusan Pembelian (Y)	0,714	0,60	“Reliabel”

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang ditampilkan pada tabel, diketahui bahwa variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,718, variabel Lokasi (X2) sebesar 0,693, dan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,714. Seluruh nilai Cronbach’s Alpha tersebut telah melebihi batas minimum 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabel dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dinilai mampu menghasilkan data yang konsisten serta memiliki tingkat keandalan yang baik.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian Kolmogorov–Smirnov, data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal, yang dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis statistik. Selain meninjau nilai signifikansi, normalitas data juga dapat dianalisis melalui grafik normalitas, di mana data dikatakan normal apabila sebaran titik berada di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Apabila titik-titik tersebut menyebar jauh dari garis diagonal serta tidak mengikuti arahnya, maka data tidak memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil uji normalitas yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS disajikan sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,68287735
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,052
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

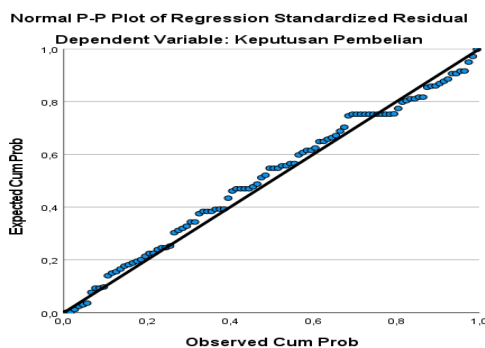
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Gambar 4. 1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan hasil uji normalitas yang tercantum pada tabel, nilai Asymp. Sig. pada uji Kolmogorov–Smirnov diperoleh sebesar 0,200. Nilai ini memenuhi syarat data berdistribusi normal karena lebih besar dari 0,05. Selain itu, grafik P-Plot memperlihatkan bahwa sebaran titik data cenderung mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan

bahwa data memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik pada tahap selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan korelasi antarvariabel independen dalam suatu model regresi. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas apabila memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,147	1,675		4,268	,000		
	Fasilitas	,296	,094	,310	3,133	,002	,605	1,652
	Lokasi	,372	,089	,411	4,160	,000	,605	1,652

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang ditampilkan pada tabel di atas, variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,605 yang lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF sebesar 1,652 yang lebih kecil dari 10. Selanjutnya, variabel Lokasi (X2) juga menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,605 $> 0,10$ dan nilai VIF sebesar 1,652 < 10 . Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas, sehingga tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) tidak saling memengaruhi satu sama lain.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam analisis regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual bersifat konstan, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians residual tidak konstan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, yakni tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Salah satu teknik yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji Glejser, dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap masing-masing variabel independen. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil pengamatan pada grafik scatterplot, apabila sebaran titik data membentuk pola tertentu yang teratur, maka hal tersebut menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik data tersebar secara acak di sekitar nilai 0 pada sumbu Y, dapat

disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian tersebut disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

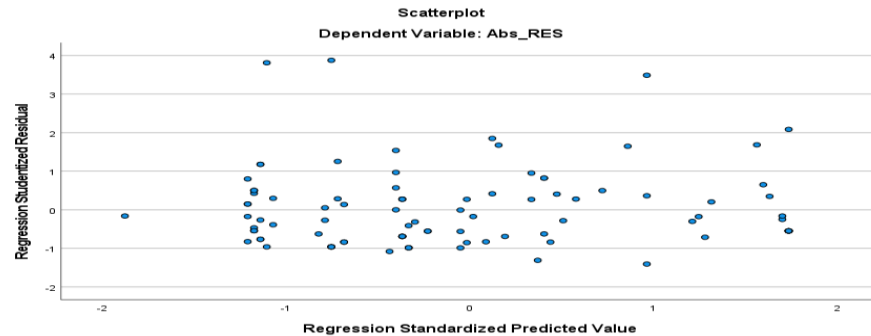
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,800	1,026		-,780	,438
	Fasilitas	,008	,058	,018	,143	,886
	Lokasi	,092	,055	,214	1,685	,095

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi pada variabel Fasilitas (X1) sebesar 0,886 dan pada variabel Lokasi (X2) sebesar 0,220. Kedua nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Selain itu, hasil analisis grafik scatterplot memperlihatkan bahwa sebaran titik data bersifat acak di sekitar nilai nol pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak ditemukan permasalahan heteroskedastisitas.

Gambar 4. 2 Scatterplot

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh serta arah hubungan antara variabel independen, yaitu fasilitas dan lokasi, terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian, baik hubungan yang bersifat positif maupun negatif, serta untuk memprediksi kecenderungan peningkatan atau penurunan nilai variabel dependen.

Terdapat rumus regresi linier berganda, antara lain adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Di mana :

Y : Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

α : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari variabel Fasilitas

b_2 : Koefisien regresi dari variabel Lokasi

X_1 : Variabel independen Fasilitas

X_2 : Variabel independen Lokasi

e : Error / Margin pengganggu

Tabel 4. 11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,147	1,675		4,268	,000
	Fasilitas	,296	,094	,310	3,133	,002
	Lokasi	,372	,089	,411	4,160	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disusun persamaan regresi linier berganda yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan memasukkan nilai koefisien regresi linier berganda ke dalam model persamaan regresi, sebagai berikut: $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$
 $Y = 7,147 + 0,296X_1 + 0,372X_2 + e$

Rumus regresi linier berganda mampu dijabarkan antara lain:

- a. Nilai konstanta sebesar 7,147 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Keputusan Pembelian berada pada angka 7,147.
- b. Koefisien regresi variabel Fasilitas bernilai positif sebesar 0,296, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel

Fasilitas akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,296, dengan asumsi variabel lain bersifat konstan. Sebaliknya, penurunan pada variabel Fasilitas akan menyebabkan penurunan pada Keputusan Pembelian dengan besaran yang sama.

- c. Koefisien regresi variabel Lokasi bernilai positif sebesar 0,372, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Lokasi akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,372 dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan pada variabel Lokasi, maka Keputusan Pembelian juga akan mengalami penurunan dengan besaran yang sama.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki keterbatasan dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,652 ^a	,426	,414	1,700

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas

b. Variabel Terikat: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang disajikan pada tabel tersebut, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,426 atau setara dengan 42,6%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian di One Parade Coffee dipengaruhi oleh variabel fasilitas dan lokasi sebesar 42,6%. Sementara itu, sebesar 57,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini, sehingga mengindikasikan adanya variabel lain yang turut memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi sebesar 0,05. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut: $f_{hitung} > f_{tabel}$

- a) Apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dalam menentukan nilai f_{tabel} pada pengujian hipotesis model regresi, terlebih dahulu ditetapkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan menggunakan rumus $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k-1$, di mana k merupakan jumlah variabel independen dan n adalah jumlah sampel. Pada tingkat signifikansi 0,05 diperoleh $df_1 = 2-1 = 1$ dan $df_2 = 100-2-1 = 97$. Berdasarkan tabel F , nilai f_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 3,09.

Tabel 4. 13**Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207,664	2	103,832	35,922	,000 ^b
	Residual	280,376	97	2,890		
	Total	488,040	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas

Sumber: Hasil penelitian 2025 SPSS 27 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 35,922 lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu fasilitas (X1) dan lokasi (X2), secara parsial terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian (Y), apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Pengujian ini dilakukan pada tingkat

signifikansi sebesar 5% atau 0,05, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen yang diuji tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen yang diuji memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menentukan nilai t tabel dalam pengujian hipotesis pada model regresi, terlebih dahulu ditetapkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan menggunakan rumus $df = n - k$, di mana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah total variabel. Pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 diperoleh $df = 100 - 3 = 97$. Berdasarkan t_{tabel} , nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,661.

Tabel 4. 14

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,147	1,675		4,268	,000
	Fasilitas	,296	,094	,310	3,133	,002
	Lokasi	,372	,089	,411	4,160	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji T yang disajikan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil uji T pada variabel Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.133 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.
- 2) Hasil uji T pada variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,160 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,661, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari

0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh variabel fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin, maka pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan uji T, diketahui bahwa variabel Fasilitas (X1) memiliki koefisien regresi bernilai positif, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,133 yang lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin. Artinya, semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup kenyamanan tempat duduk, desain interior yang menarik, pencahayaan, ketersediaan Wi-Fi, kebersihan ruangan, serta area parkir yang memadai.

Hasil ini memperkuat teori Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence* dalam bauran pemasaran jasa yang memengaruhi persepsi dan keputusan pelanggan. Semakin baik kualitas fasilitas yang diberikan, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Selain itu, menurut Lupiyoadi (2013), fasilitas yang mendukung kenyamanan dan kemudahan pelanggan merupakan indikator penting dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap suatu merek atau tempat usaha.

Hasil yang didapatkan relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Ika Mulya Florita, Suyanti Kasimin, dan Edi Marsudi (2024) yang berjudul “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Non Media Sosial serta Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop di Kota Banda Aceh” yang diperlihatkan melalui nilai t untuk variabel promosi media sosial menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,475 > 2,068$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang kesimpulannya yakni bahwasanya promosi media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coffee Shop di Kota Banda Aceh. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian Indah Sari dan Rahmat Hidayat (2020) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs”, yang menyimpulkan bahwa fasilitas berperan penting dalam menarik minat dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa fasilitas yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Fasilitas yang nyaman dan

lengkap tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian pertama kali, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam konteks One Parade Coffee Banjarmasin, upaya peningkatan fasilitas fisik seperti perbaikan area tempat duduk, kebersihan, dan akses internet dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis melalui uji T, diperoleh bahwa variabel Lokasi (X_2) memiliki koefisien regresi bernilai positif, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,160 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin.

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin. Artinya, semakin strategis lokasi yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. One Parade Coffee terletak di Jalan A. Yani km 5,5 Banjarmasin, yaitu kawasan yang ramai, mudah dijangkau, serta dekat dengan area perkantoran, sekolah, dan pusat aktivitas masyarakat. Lokasi yang mudah diakses dan memiliki lingkungan yang aman serta nyaman menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

Temuan ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa lokasi merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran karena menentukan kemudahan akses bagi konsumen terhadap produk atau jasa. Lokasi yang strategis akan memberikan keuntungan kompetitif karena memudahkan pelanggan untuk menjangkau tempat usaha. Sementara itu, Lupiyoadi (2013) menegaskan bahwa lokasi yang baik harus memenuhi kriteria seperti kemudahan dijangkau, dekat dengan target pasar, dan memiliki lingkungan yang mendukung aktivitas konsumen.

Hasil yang didapatkan relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Indah Sari dan Rahmat Hidayat (2020) yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Bang Faizs” yang diperlihatkan melalui nilai t untuk variabel promosi media sosial menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,114 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang kesimpulannya yakni bahwasanya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Bang Faizs.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa lokasi merupakan aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah diakses dapat meningkatkan minat berkunjung dan memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks One Parade Coffee Banjarmasin, lokasi yang berada di jalur utama kota memberikan nilai tambah karena mudah dijangkau oleh masyarakat dari berbagai wilayah, sehingga mendukung peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan.

3. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 35,922 lebih besar dibandingkan f_{tabel} sebesar 3,09 (dengan ketentuan f_{tabel} $df = n - k - 1$), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan melalui nilai *R Square* sebesar 0,426 atau setara dengan 42,6% mengindikasikan bahwa keputusan pembelian di One Parade Coffee Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Lokasi sebesar 42,6%. Sementara itu, sebesar 57,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas yang baik tanpa didukung lokasi yang strategis tidak akan memberikan hasil maksimal, begitu pula sebaliknya. Fasilitas yang nyaman akan menarik konsumen untuk datang, dan lokasi yang strategis memudahkan mereka untuk mengakses tempat tersebut. Kombinasi antara fasilitas dan lokasi menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta mendorong niat mereka untuk melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada orang lain.