

Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Rantauprapat
(Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225)

Elsa Juliany

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

Email: elsacajuju07@gmail.com

Corresponding Mail Author: elsacajuju07@gmail.com

Abstract : This study aims to analyze the effect of product availability, facilities, service quality and location on consumer purchasing decisions in the purchase of fuel oil pertalite type case study gas station PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225. The population in this study are consumers who do the pertalite type of fuel oil or who have done the filling directly at the gas station PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 JL. Gen. Ahmad Yani, AH25, Bakaran Batu, Rantau Sel., Labuhan Batu Regency, North Sumatra. This study used a sample of 97 people. This study uses the method of incidental Sampling that is anyone who by chance met with the researcher can be used as a sample , if the person who happened to meet it is suitable as a source of data. In simultaneous testing (test F), it is known that the availability of products, facilities, service quality, and location have a positive and significant effect on purchasing decisions. Persially (t test) it is known that the availability of products, facilities, service quality, and location have a positive and significant effect on purchasing decisions. Through testing coefficient determinants obtained Adjusted R Square value of 0.828 or 83% of consumer purchasing decisions can be explained product availability, facilities, service quality, and location while the remaining 17% can be explained by other variables that are not discussed in this study. Feasibility testing of research instruments and descriptive analysis of respondents ' characteristics using SPSS software (Statistical Package for the Social Science) version 22.

Keywords : Product Availability, Facilities, Service Quality, Location, Purchase Decision.

I. Pendahuluan

Kepemilikan kendaraan roda dua setiap tahunnya memiliki pertambahan yang meningkat sehingga kebutuhan akan bahan bakar minyak khususnya Pertalite menjadi suatu kebutuhan yang harus pemerintah siapkan melalui Pertamina untuk memenuhi kebutuhan kendaraan sebagai bahan bakar yang digunakan untuk system pembakaran mesin yang dapat menghidupkan atau mengaktifkan kendaraan untuk dapat beroperasi.

Perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar untuk kebutuhan di Indonesia adalah Pertamina. Dan Pertamina juga terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan terbaik. Dan Standar pelayanan ini mempunyai lima elemen, di antaranya pelayanan staff yang terlatih dan bermotivasi, jaminan kualitas dan kuantitas, peralatan yang terawat, format fisik yang konsisten serta penawaran produk dan pelayanan bernilai tambah.

Untuk memastikan penerapan standar pelayanan secara konsisten, Auditor internasional independen akan secara terus menerus melakukan audit pengawasan setelah sertifikasi. Dalam hal ini SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama dan sebagai saran untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan. Seperti salah satu produk yang dijual di SPBU PT Kusuma Jaya Makmur yang terdapat di depan hotel RPH yaitu bahan bakar minyak jenis pertalite, selain perlu dijamin kualitasnya juga perlu dijamin ketersediaan stok produknya salah satunya jenis pertalite di SPBU tersebut, yang selalu disesuaikan dengan kebutuhan kendaraan konsumen dan berada di bawah pengawasan Pertamina. Proses peningkatan layanan dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, Mengingat jumlah SPBU yang sangat banyak di Indonesia. Seperti di SPBU yang terdapat di depan hotel RPH terus melakukan peningkatan tidak hanya pada ketersediaan produk tetapi juga terhadap pada fasilitas yang terus di tingkatkan dengan cara selalu menjaga kebersihan agar konsumen selalu merasa nyaman saat melakukan pengisian, Karena fasilitas yang bersih akan membuat konsumen mengingat bahwa di SPBU yang di sediakan seperti Toilet dan tempat ibadah sangat bersih dan rapi.

Varibabel lain yang harus di tingkatkan adalah kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan berdampak pada pembelian berulang – ulang yang pada akhirnya dalam meningkatkan penjualan. Seperti saat konsumen ingin melakukan pengisian, Memberikan salam dan bertanya apakah bahan bakar yang akan di isi sudah benar dan berapa liter atau berapa banyak yang akan di isi ke tangki kendaraan. Dan konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang di berikan dan lebih memilih untuk melakukan pengisian di tempat yang memberikan pelayanan terbaik, cepat dan tanggap.

Dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor lokasi, Salah satu strategi yang dapat di lakukan oleh pemilik usaha adalah dengan memilih lokasi yang letaknya terdapat di keramaian dan mudah di jangkau oleh konsumen. Dan apakah tempat tersebut cocok untuk di jadian usaha seperti usaha SPBU yang memerlukan tempat yang luas, dekat pemukiman penduduk, dan dekat atau sekitar dengan pusat perbelanjaan, aman dan juga nyaman.

SPBU PT Kusuma Jaya makmur terletak di Jl. Jend. Ahmad Yani (depan hotel RPH) yang terbilang letak lokasinya sangat strategis, Karena terdapat di tengah – tengah kota Rantauprapat yang juga tidak terlalu jauh saat kita ingin terdesak mencari pengisian bahan bakar yang dekat atau yang mudah di jangkau oleh konsumen, tersedia juga parkir yang luas dan juga dekat dengan pusat perbelanjaan.

II. Landasan Teori Dan Metode Penelitian

Landasan Teori

Penelitian Terdahulu

(Saragih, 2013), Dengan judul penelitian “ Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber ayu di Jakarta”. Dan hasilnya menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, ketersediaan produk dan gaya hidup. (Gama, Rustiarini, & Anggraini, 2016), yang berjudul Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan

Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). Hasil yang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas meliputi Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan berpengaruh signifikan dengan Keputusan Pembelian. (Gadhangpangenggar, Hidayat, & Nurseto, 2014), Yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Konsumen " Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant" Semarang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Ghanimata, 2012), Yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). Hasil penelitian terbukti menunjukkan ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. (SASONGKO, 2013), Yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, harga kompetitif, kelengkapan barang dan lokasi semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Swalayan Alfa Omega.

Ketersediaan Produk

Kotler dalam (Andhinishari, 2017) menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut produk dari produk tersebut. Gilbert dalam (Widodo, 2016), "*The product is the totality of the offer which will normally include the services, store layout, merchandise. And It will also include the company, and product brand name*", dapat disimpulkan bahwa produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan layanan, letak toko, dan nama barang dagangannya. Dan Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu pengecer harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Yazid dalam (Toriq & Martoatmodjo, 2014), merupakan bagian dari bukti fisik jasa. Disini disebutkan bahwa bukti fisik jasa mencakup seluruh aspek fasilitas fisik organisasi atau the servicescape (mencakup: lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, dan lingkungan fisik jasa). Menurut Tjiptono dalam (Toriq & Martoatmodjo, 2014), fasilitas merupakan bagian dari physical evidence, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, physical evidence meliputi fasilitas fisik organisasi (servicescape) dan bentuk – bentuk komunikasi fisik lainnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Utami (2017:368) dalam (Anggraini, 2018), "Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan". Serta pelayanan didefinisikan juga sebagai aktivitas, manfaat, kepuasan dari sesuatu

yang ditawarkan dalam penjualan Utami (2017:106). Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Toriq & Martoatmodjo, 2014), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Jailani & HufroN, 2017), lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan menurut Sunyoto (2015:176) dalam (Anggraini, 2018), Lokasi diartikan sebagai : Lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual.

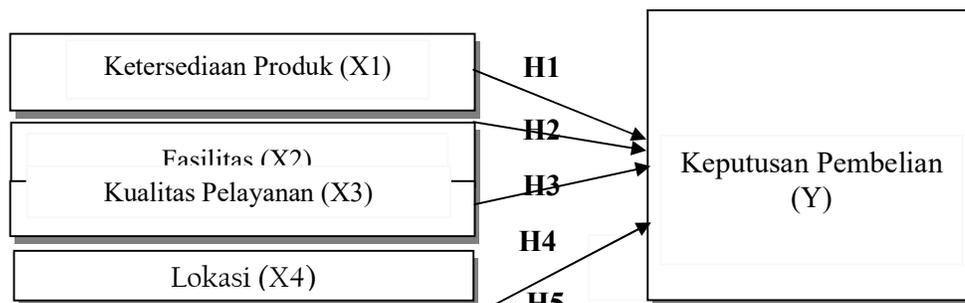
Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012), *“In the evaluation stage, the consumers from preferences among the brands in the choice set and may also from an intention to buy the most preferred brand”*. Dapat diartikan keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi, konsumen dari preferensi di antara merek di set pilihan dan mungkin juga dari niat untuk membeli merek yang paling disukai. Machfoedz (2013:44) dalam (Andhinisari, 2017) menjelaskan bahwa, *“keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan”*.

Kerangka Konseptual

Produk yang selalu tersedia akan membuat konsumen memutuskan melakukan pembelian di tempat tersebut. Fasilitas yang lengkap dan bersih akan membuat konsumen lebih memutuskan melakukan pembelian di tempat tersebut. Konsumen merasa puas jika kualitas pelayanan yang di berikan memuaskan sehingga konsumen tidak akan mencari tempat yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Konsumen akan mencari Lokasi yang dapat mereka sehingga memutuskan untuk melakukan pengisian di tempat tersebut.

Berikut kerangka konseptual pada penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber : Data Diolah (Tahun 2020)

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1: Diduga Ketersediaan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian dalam pembelian bahan bakar minyak jenis Pertalite pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.
- H2 : Diduga Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite Pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.
- H3 : Diduga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian dalam pembelian bahan bakar minyak jenis Pertalite pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.
- H4 : Diduga Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
Dalam pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.
- H5 : Diduga Ketersedian Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Dalam pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan data kualitatif yaitu pendekatan dengan observasi langsung ke lapangan, dan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui variabel bebas yaitu Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SPBU 14.214.225 JL. Jend. Ahmad Yani, AH25, Bakaran Batu, Rantau Sel., Kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini diestimasikan memakawan waktu 5 bulan hingga penelitian selesai, mulai dari proses melengkapi data, observasi lapangan hingga proses pengisian kuisioner.

Populasi dan Tekhnik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pengisian atau yang pernah melakukan pengisian di SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.

Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono (dalam Riduwan dan Akdon, 2013: 255), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma^2}{e} \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat kepercayaan 95% (Nilai dari Tabel normal = 1,96)

σ = Standar deviasi populasi estimasi

e = Tingkat kesalahan 5%

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{0.05}$ adalah 1,96 dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu :

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma^2}{e} \right]$$

$$n = \left[\frac{(1,96)(0,25)^2}{0,05} \right]$$

$$= 96,04 \approx 96$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 orang. yang dibulatkan menjadi 96 orang.

III. Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar antara variabel independent (bebas) terhadap variabel dependent (terikat). Untuk memperoleh hasil pada penelitian ini, digunakan program *software SPSS 22*. Maka dapat dihasilkan output sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.920	1.041		3.764	.000
	KETERSEDIAAN PRODUK	.246	.073	.208	3.359	.001
	FASILITAS	.601	.078	.514	7.660	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.377	.072	.342	5.230	.000
	LOKASI	.441	.065	.239	2.623	.035

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda seperti berikut:

$$Y = 3.920 + 0.246X_1 + 0.601X_2 + 0.377X_3 + 0.441X_4 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol, maka nilai terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 3.920.
2. Jika Ketersediaan Produk Meningkatkan (X1) sebesar 1, maka nilai terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) adalah sebesar 0.246.
3. Jika terjadi peningkatan Fasilitas (X2) sebesar 1, maka nilai terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) adalah sebesar 0.601.
4. Jika terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 1, maka nilai terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) adalah sebesar 0.377.
5. Jika terjadi peningkatan pada Lokasi (X4) sebesar 1, maka nilai terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) adalah sebesar 0.441.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana variabel bebas terdiri dari, Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, sedangkan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Apabila nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
2. Apabila nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Nilai t_{tabel} didapat dengan cara:

$$Df = (n-k-1) = (97-5-1) = 91$$

$$\alpha = 0,05, T_{tabel} = 1,662$$

Hasil pada Uji t dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.920	1.041		3.764	.000
	KETERSEDIAAN PRODUK	.246	.073	.208	3.359	.001
	FASILITAS	.601	.078	.514	7.660	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.377	.072	.342	5.230	.000
	LOKASI	.441	.065	.239	2.623	.035

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Ketersediaan Produk (X1), nilai thitung diperoleh 3,359 dengan taraf signifikan 0,001. Dengan demikian nilai thitung 3,359 > ttabel 1,662 dengan taraf signifikan 0,001 < 0,05, maka dapat simpulkan H1 diterima.

2. Variabel Menjaga Fasilitas (X₂), nilai thitung diperoleh 7,660 dengan taraf signifikan 0,000. Dengan demikian nilai thitung 7,660 > ttabel 1,662 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H₂ diterima.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X₃), nilai thitung diperoleh 5,230 dengan taraf signifikan 0,000. Dengan demikian nilai thitung 5,230 > ttabel 1,662 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H₃ diterima.
4. Variabel Lokasi (X₄), nilai thitung diperoleh 2,623 dengan taraf signifikan 0,035. Dengan demikian nilai thitung 2,623 > ttabel 1,662 dengan taraf signifikan 0,035 < 0,1, maka dapat disimpulkan H₄ diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1435.664	4	358.916	116.860	.000 ^b
	Residual	282.563	92	3.071		
	Total	1718.227	96			

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 22

Pada pengujian simultan (F) dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan nilai pada F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat diperoleh dari hasil pengujian SPSS dan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai F dengan derajat kebebasan (df) pada $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$ pada $\alpha = 0,05$ yaitu dengan cara :

$$Df_1 = 5-1 = 4$$

$$Df_2 = 97-5 = 92 (2,704)$$

Dari hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 116,860, dengan taraf signifikan 0,000. Dengan demikian, nilai F_{hitung} 116,860 > F_{tabel} 2,704 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Artinya Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama – sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat.

Koefisien Determinan

Koefisien determinan (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent (bebas) dapat menjelaskan variabel dependent (terikat).

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	.836	.828	1.753

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai $R = 0,914$ yang berarti hubungan antara Ketersediaan Produk (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Lokasi (X_4), terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 91,4%. Artinya hubungan antar variabel sangat erat
2. Besarnya nilai R_{square} adalah 0,836 atau 83,6%. Angka ini mempunyai makna bahwa besarnya kontribusi Variabel Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian adalah 83,6%. Sedangkan sisanya 16,4% disebabkan oleh variabel lain diluar variabel penelitian tersebut.
3. *Standard Error of Estimate* (Standar deviasi) bernilai 1,753 yang berarti model regresi dinilai baik, karena semakin kecil standar deviasi berarti model akan semakin baik

Pembahasan

H1 – Ketersediaan produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian pada variabel ini melalui uji t dapat diperoleh $t_{\text{hitung}} 3,359 > F_{\text{tabel}} 1,662$ dan nilai probabilitasnya $0,001 < 0,05$ maka, pada hipotesis ini dapat disimpulkan secara parsial bahwa Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat. Pada pernyataan ini responden memiliki lima item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden, mayoritas konsumen menjawab Setuju. Hal ini terbukti bahwa Ketersediaan Produk dapat memberi pengaruh bagi sejumlah pelanggan untuk melakukan pengisian di spbu tersebut.

H2–Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian pada variabel ini melalui uji t dapat diperoleh $t_{\text{hitung}} 7,660 > F_{\text{tabel}} 1,662$ dan nilai probabilitasnya $0,000 < 0,05$ maka, pada hipotesis ini dapat disimpulkan secara parsial bahwa Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat. Pada pernyataan ini responden memiliki lima item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden, mayoritas konsumen menjawab tidak Setuju. Hal ini terbukti bahwa Fasilitas yang disediakan tidak dapat memberi pengaruh bagi sejumlah pelanggan yang melakukan pengisian di spbu tersebut

Responden beranggapan bahwa fasilitas yang tersedia di spbu tersebut masih terlihat belum memadai seperti kamar mandi yang terkadang kurang bersih, terdapat bau yang kurang sedap sehingga konsumen kurang nyaman.

H3–Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Kompetitif

Hasil penelitian pada variabel ini melalui uji t dapat diperoleh $t_{\text{hitung}} 5,230 < F_{\text{tabel}} 1,662$ dan nilai probabilitasnya $0,000 < 0,05$ maka, pada hipotesis ini dapat disimpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat. Hal ini dapat dilihat bahwa $t_{\text{hitung}} >$ dibandingkan F_{tabel} dan nilai probabilitasnya juga $> 0,05$ Pada pernyataan ini responden memiliki lima item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden,

mayoritas konsumen menjawab sangat setuju. Hal ini terbukti bahwa Kualitas Pelayanan memberi pengaruh dan menarik sejumlah pelanggan untuk melakukan pengisian di spbu tersebut.

H4–Lokasi terhadap Keunggulan Kompetitif

Hasil penelitian pada variabel ini melalui uji t dapat diperoleh $t_{hitung} 2,623 < F_{tabel} 1,662$ dan nilai probabilitasnya $0,035 < 0,05$ maka, pada hipotesis ini dapat disimpulkan secara parsial bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat. Hal ini dapat dilihat bahwa $t_{hitung} >$ dibandingkan F_{tabel} dan nilai probabilitasnya juga $> 0,05$. Pada pernyataan ini responden memiliki lima item pernyataan yang harus dijawab. Dengan melihat rata-rata jawaban responden, mayoritas konsumen menjawab kurang setuju. Hal ini terbukti bahwa Lokasi tidak dapat memberi pengaruh dan menarik sejumlah pelanggan untuk membeli produk Minuman Lega.

Responden beranggapan bahwa Lokasi tidak menjadi salah satu pemicu Keputusan Pembelian. Karena mungkin bagi mereka yang rumahnya tidak dekat dengan kota maka responden beranggapan belum tentu lokasi SPBU PT Kusuma Jaya Makmur strategis dan karena areanya dekat dengan kota jalur lalu lintas akan macet.

IV. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur, yang ditunjukkan pada nilai $t_{hit} (3,359) > t_{tabel} (1,662)$ dengan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur, yang ditunjukkan pada nilai $t_{hit} (7,660) > t_{tabel} (1,662)$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur, yang ditunjukkan pada nilai $t_{hit} (5,230) > t_{tabel} (1,662)$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Variabel Lokasi secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur, yang ditunjukkan pada nilai $t_{hit} (2,623) > t_{tabel} (1,662)$ dengan taraf signifikansi $0,035 < 0,05$.
5. Secara simultan (bersama-sama), Ketersediaan produk (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Lokasi (X_4), berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur 14.214.225 di Rantauprapat. Hal ini dapat diketahui dari nilai $F_{hitung} F_{tabel} (116,860 > 2,704)$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$.
6. Hasil uji determinasi diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,828. Nilai tersebut berarti bahwa Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan

Lokasi adalah 82,8%. Adapaun sisanya sebesar 17,2% (100% - 82,8%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

Saran

1. SPBU PT Kusuma Jaya Makmur dapat meningkatkan Ketersediaan produk seperti bahan bakar minyak jenis pertalite, agar selalu tersedia sehingga konsumen tidak akan kecewa jika mau melakukan pengisian.
2. SPBU PT Kusuma Jaya Makmur juga harus memperhatikan dan mempertahankan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan dan konsumen merasa nyaman, dan cepat tanggap.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar menggali faktor-faktor lain seperti Ketersediaan Produk dan Lokasi yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada SPBU PT Kusuma Jaya Makmur.

V. Daftar Pustaka

- Andhinishari. (2017). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Kualitas Layanan, Dan Keragaman Barang Terhadap Keputusan Pembelian Di Toserba Dan Swalayan Laris Purworejo. 13 No 1a, 1–15. Retrieved From <https://Docplayer.info/60130452-Pengaruh-Lokasi-Fasilitas-Kualitas-Layanan-Dan-Keragaman-Barang-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Di-Toserba-Dan-Swalayan-Laris-Purworejo.html>
- Anggraini, N. (2018). Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng (Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia). Retrieved From http://Simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2018/14.1.02.02.0272.pdf
- Gadhangpangenggar, Hidayat, W., & Nurseto, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen “ Warung Kopi Tunjang Cafe And Restaurant” Semarang). 26, 1–9.
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 11(1), 22–30. Retrieved From <https://www.jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/download/118/102>
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (Universitas Diponegoro). Retrieved From <http://eprints.undip.ac.id/36184/>
- Jailani, A., & Hufron, M. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lj. Star Swalayan Kec.Waru Kab.Pamekasan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(5), 232–242. Retrieved From <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/561>
- Saragih, C. V. B. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Dan Manajemen*, 3(2), 1–20. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>

- Sasongko, S. P. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri.(Universitas Diponegoro).Retrieved From <http://Eprints.Undip.Ac.Id/39041/1/Sasongko.Pdf>
- Toriq, M., & Martoatmodjo, S. (2014). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(8), 1-16. Retrieved From https://Www.Researchgate.Net/Profile/Juita_Bessie/Publication/330738668_Pengaruh_Promosi_Fasilitas_Lokasi_Dan_Harga_Terhadap_Keputusan_Mengingat_Studi_Pada_Hotel_TMore_Kupang/Links/5c51c753299bf12be3ee8c3e/Pengaruh-Promosi-Fasilitas-Lokasi-Dan-Harga-Terha
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga). *Jurnal Ilmiah*, 9(17), 1-23. <https://Doi.Org/10.1007/S11187-017-9901-7>.