

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah SPBU 4459103 Di Wedarijaksa Pati

SPBU 4459103 di Wedarijaksa ini merupakan SPBU pertama yang didirikan di Kecamatan Wedarijaksa Pati. SPBU mulai beroperasi pada tahun 1991. SPBU 4459103 ini mengalami perbaikan sarana prasarana, dari yang dulunya hanya mempunyai fasilitas yang terbatas, sekarang sudah mempunyai fasilitas yang lumayan lengkap mulai dari tempat ibadah, toilet, air radiator angin ban, tempat istirahat, dan juga minimarket. SPBU 4459103 dipimpin oleh Bapak Hadi Rismanto SH.

SPBU 4459103 Wedarijaksa Pati merupakan SPBU Pertamina yang sudah bersertifikasi untuk dapat memberi pelayanan yang baik kepada konsumennya sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) Pertamina Way sebagai SPBU Pasti Pas!. 4459103 Wedarijaksa Pati memberi jaminan pada kualitas dan kuantitas produk Bahan Bakar Minyak (BBM), mengutamakan pelayanan yang semaksimal mungkin dengan memberi pelayanan selama 24 jam untuk konsumen SPBU supaya keinginan dan kebutuhan para konsumen dapat tercukupi dan terpenuhi.

Visi misi dari SPBU 4459103 ini yaitu selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan pengisian BBM dengan baik dan maksimal. Struktur organisasi dari SPBU 4459103 yaitu dipimpin langsung oleh Bapak Hadi Rismanto SH, diawasi oleh Bapak Hanung, dan dibagain admin diisi oleh Muthiah dan Eta.¹

b. Kondisi Geografis SPBU 4459103 Di Wedarijaksa Pati

SPBU 4459103 di Wedarijaksa Kabupaten Pati berlokasi di area sawah, Panggungroyom, Kecamatan Wedarijaksa, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Merupakan salah satu SPBU Pertamina yang telah mendapatkan predikat SPBU pasti Pass! Dari PT. Pertamina (persero). SPBU ini dibangun pada area seluas $\pm 1991 \text{ M}^2$, yang terdiri dari 3 unit pompa dispenser, yakni 1 unit pompa untuk Peralite, 1 unit pompa untuk Bio Solar dan 1 unit pompa untuk Pertamax. Memiliki

¹ Muthiah. Wawancara oleh penulis, 24 November, 2021, Wawancara 1, Transkrip.

sarana dan prasaran mulai dari mushollah, toilet, ATM, lahan parkir, pekarangan dan tidak lupa jalur khusus/jalur cepat pengisian BBM dan 24 jam pengoperasian.

c. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden yang terdapat pada penelitian ini yakni para pelanggan SPBU 4459103 Di Panggungroyom Wedarijaksa Pati. Pengambilannya yakni menggunakan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan SPBU 4459103. Karena jumlah populasi di SPBU 4459103 ini tidak diketahui secara pasti maka dalam penelitian ini memakai teknik *Random Sampling* yakni pengambilan sample secara acak. Maka sample yang digunakan dalam penelitian ini yakni 100 responden. Setelah itu mencari tahu data diri responden dengan penyebaran kuesioner yang meliputi data jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan dari responden untuk kemudian dianalisis dan diteliti.

1) Jenis Kelamin Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner pada 100 responden maka didapatkan responden berdasarkan jenis kelaminnya, yang dijelaskan dalam tabel yakni:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Responden	Presentase%
1	Perempuan	76 responden	76%
2	Laki-Laki	24 responden	24%
Total		100 responden	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022.

2) Umur Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden maka didapatkan responden berdasarkan umurnya, yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Umur	Responden	Presentase%
1	17-25 tahun	80 responden	80%
2	25-40 tahun	13 responden	13%
3	40-55 tahun	6 responden	6%
4	Lebih dari 55 tahun	1 responden	1%
Total		100 responden	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022.

3) Pendidikan Terakhir

Setelah melakukan penyebaran kuestioner kepada 100 responden maka didapatkan responden berdasarkan pendidikan terakhirnya, yang dijelaskan dalam tabel yakni:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Responden	Presentase%
1	SD/Sederajat	2 responden	2%
2	SMP/Sederajat	6 responden	6%
3	SMA/Sederajat	72 responden	72%
4	Diploma/Sarjana	20 responden	20%
Total		100 responden	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022.

4) Pekerjaan Responden

Setelah melakukan penyebaran kuestioner kepada 100 responden maka didapatkan responden berdasarkan pekerjaannya, yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Responden	Presentase%
1	Mahasiswa/ Pelajar	60 responden	60%
2	Pegawai Swasta	12 responden	12%
3	Pegawai Negri Sipil	1 responden	1%
4	Wiraswasta	20 responden	20%
5	Lainnya	7 responden	7%
Total		100 responden	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022.

5) Jumlah Pembelian Dalam Sebulan Terakhir

Setelah melakukan penyebaran kuestioner kepada 100 responden maka didapatkan responden berdasarkan jumlah pembelian dalam sebulan terakhir, yang dijelaskan dalam tabel yakni:

Tabel 4.5
Jumlah Pembelian Dalam Sebulan Terakhir

No	Umur	Responden	Presentase%
1	Kurang dari 3 kali	36 responden	36%
2	3-5 kali	33 responden	33%
3	Lebih dari 5 kali	31 responden	31%
Total		100 responden	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022.

d. Analisis Responden

Hasil jawaban dari tiap-tiap responden sesuai dengan kuesioner yang telah disebarakan yang dapat dilihat berikut ini:

1) Variabel Kelengkapan Fasilitas Islami

Tabel 4.6

Jawaban Kuesioner Variabel Kelengkapan Fasilitas Islami

Item	Total SS	Total S	Total KS	Total TS	Total STS	Total
X1.1	27	66	6	1`	0	100
X1.2	24	60	15	1	0	100
X1.3	23	58	18	1	0	100
X1.4	20	51	28	1	0	100
X1.5	22	54	20	3	1	100

Kesimpulan dari table di atas yaitu:

- a) Point pertanyaan 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati ini menyediakan akses air untuk wudlu yang mencukupi.
- b) Poin pertanyaan 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati ini mempunyai fasilitas ibadah yang nyaman.
- c) Poin pertanyaan 3, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati ini selalu menjamin kebersihan tempat ibadah dan tempat wudlu.
- d) Poin pertanyaan 4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati ini menyediakan perlengkapan shalat yang lengkap dan bersih.
- e) Poin pertanyaan 5, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU

4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati memberikan kelayakan pada fasilitas Islaminya.

2) Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil jawaban kuesioner pada variabel kualitas pelayanan yang dapat dilihat berikut ini:

Tabel 4.7

Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Total SS	Total S	Total KS	Total TS	Total STS	Total
X2.1	26	60	12	2	0	100
X2.2	21	59	14	4	2	100
X2.3	21	56	18	1	4	100
X2.4	22	64	13	0	1	100
X2.5	25	54	18	2	1	100
X2.6	20	58	18	3	1	100

Kesimpulan dari table di atas yaitu:

- a) Point pertanyaan 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Karyawan di SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati memiliki penampilan yang rapi dan sopan.
- b) Point pertanyaan 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Karyawan SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati selalu melakukan pelayanan dengan teliti, cermat, dan berusaha menghindari kesalahan.
- c) Point pertanyaan 3, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Tingkat keakuratan perhitungan dan ketepatan administrasi yang diberikan karyawan SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati sudah maksimal.
- d) Point pertanyaan 4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Karyawan SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati selalu bersikap sopan dan sabar kepada setiap konsumen.
- e) Point pertanyaan 5, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Karyawan

- SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati berkomunikasi dengan baik kepada setiap konsumen.
- f) Point pertanyaan 6, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa Pelayanan yang diberikan karyawan SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

3) Variabel Reputasi

Berikut hasil jawaban kuesioner pada variabel kualitas pelayanan yakni sebagai berikut:

Tabel 4.8
Jawaban Kuesioner Variabel Reputasi

Item	Total SS	Total S	Total KS	Total TS	Total STS	Total
X3.1	20	64	12	4	0	100
X3.2	21	58	16	3	2	100
X3.3	16	63	18	0	3	100
X3.4	18	61	19	1	1	100

Kesimpulan dari table di atas yaitu:

- a) Point pertanyaan 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati mempunyai kualitas dan kuantitas produk yang baik.
- b) Point pertanyaan 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati memakai tarakan BBM yang benar-benar pas.
- c) Point pertanyaan 3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati mempunyai persepsi yang baik di mata public.
- d) Point pertanyaan 4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa SPBU 4459103 di Panggungroyom Wedarijaksa Pati mempunyai reputasi yang tinggi di mata konsumen.
- 4) Variabel Keputusan Pembelian**

Berikut hasil jawaban kuesioner pada variabel kualitas pelayanan yang dapat dilihat yakni:

Tabel 4.9
Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

Item	Total SS	Total S	Total KS	Total TS	Total STS	Total
Y1	21	37	30	8	4	100
Y2	19	41	32	4	4	100
Y3	25	40	22	11	2	100
Y4	22	40	30	7	1	100
Y5	17	53	24	4	2	100

Kesimpulan dari table di atas yaitu:

- a) Point pertanyaan 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa sebelum melakukan pembelian di SPBU 4459103 Panggungroyom Wedarijaksa Pati membandingkan dengan SPBU lain.
- b) Point pertanyaan 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa sebelum melakukan pembelian di SPBU 4459103 Panggungroyom Wedarijaksa Pati mencari informasi mengenai SPBU tersebut.
- c) Point pertanyaan 3, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa sering melakukan pembelian di SPBU 4459103 Panggungroyom Wedarijaksa Pati.
- d) Point pertanyaan 4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa akan tetap melakukan pembelian di SPBU 4459103 Panggungroyom Wedarijaksa Pati.
- e) Point pertanyaan 5, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa akan merekomendasikan SPBU 4459103 Panggungroyom Wedarijaksa Pati kepada orang lain.

2. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas yakni suatu alat ukur yang dipakai untuk melakukan pengukuran dari kemampuannya

terhadap apa yang diukur seharusnya. Kuesioner penelitian dinyatakan valid jika instrument dapat benar-benar mampu mengukur nilai variabel.² Uji signifikan yakni melakukan perbandingan nilai r hitung dengan r table. Melihat r table menggunakan derajat keabsahan $df = n$ (total sample)-2, hingga $df = 100-2 = 98$, r table = (0,05, 98 = 0,1966).³

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Responden

Variabel	Item	Correncted item-Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kelengkapan Fasilitas Islami (X1)	X1.1	0.647	0.1966	Valid
	X1.2	0.872		Valid
	X1.3	0.856		Valid
	X1.4	0.856		Valid
	X1.5	0.853		Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.806	0.1966	Valid
	X2.2	0.915		Valid
	X2.3	0.857		Valid
	X2.4	0.840		Valid
	X2.5	0.849		Valid
Reputasi (X3)	X3.1	0.838	0.1966	Valid
	X3.2	0.824		Valid
	X3.3	0.874		Valid
	X3.4	0.905		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.803	0.1966	Valid
	Y2	0.666		Valid
	Y3	0.772		Valid
	Y4	0.797		Valid
	Y5	0.813		Valid

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2022.

Berdasarkan table 4.10 menjelaskan tiap nilai r hitung pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (r hitung) mempunyai nilai yang lebih besar dari 0.1966

² Sulyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006),146.

³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Badan Universitas Diponegoro, 2018), 31.

dan juga mempunyai nilai yang positif, jadi dapat disimpulkan seluruh instrumentnya yaitu valid hingga dapat digunakan untuk melakukan pengukuran pada variabel yang diteliti.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas yakni dipakai untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran yang dilaksanakan dapat dipercaya. Apabila dilaksanakan pengukuran ulang, dan didapatkan hasil yang konsisten atau relative sama maka bisa dikatakan bahwa mempunyai nilai reabilitas yang baik.⁴

Di dalam melaksanakan uji reabilitas dengan memakai SPSS yakni uji statistic *Cronbach Alpha*. Ciri-ciri instrument yang reliable yakni apabila hasil yang didapatkan di dalam uji statistic *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Reability Coeffisiens	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kelengkapan Fasilitas Islami (X1)	6 item	0.877	<i>Reliabel</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	7 item	0.924	<i>Reliabel</i>
Reputasi (X3)	6 item	0.880	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	5 item	0.825	<i>Reliabel</i>

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2022.

Dari data diatas pada table 4.11 menjelaskan bahwa tiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.60 sehingga semua variabel dikatakan *Reliabel*.

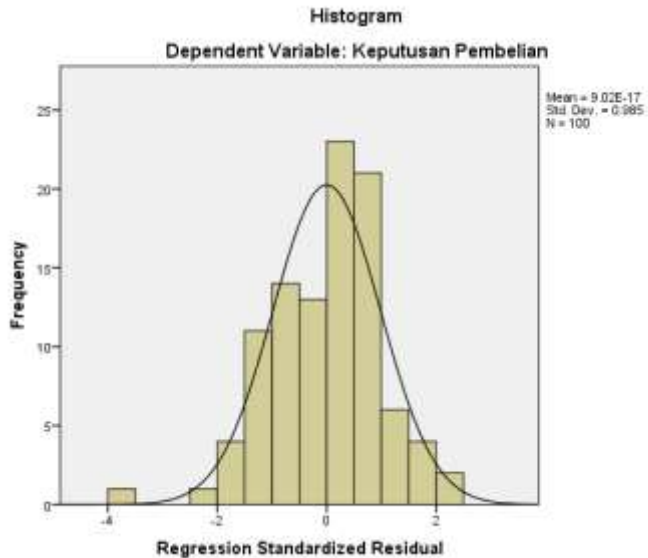
⁴ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 149.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

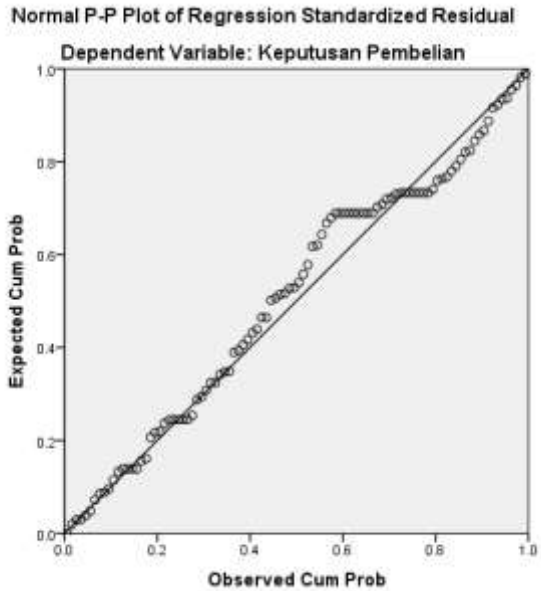
Uji normalitas digunakan untuk melakukan pengujian apakah di dalam model regresi variabel residual mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas bisa dilihat pada persebaran titik-titiknya dari sumbu diagonalnya yang terdapat didalam grafik P-Plot atau dengan melihat histogramnya. Jika penyebarannya berada di sekitar garis diagonalnya atau mengikuti garis diagonal tersebut maka bisa diartikan terjadi distribusi yang normal.⁵ Hasil uji normalitas yakni:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 161-163.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: *Printout SPSS, 2022.*

Gambar 4.1 diatas menjelaskan hasil pengujian normalitas yang telah dideteksi dengan memakai histogram dan normal P-Plot. Dengan memperhatikan penyebarannya yang terdapat pada garis diagonal yang mana mengikuti arah garis/ histogram memperlihatkan distribusi normal, jadi dapat diartikan data tersebut normal.

Selain menggunakan pengujian di atas, uji normalitas juga dapat diuji menggunakan Kolmogorov Smirnov yang diolah dengan menggunakan SPSS:

Table 4.12
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1.118
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.164

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022.

Dari table 4.12 diketahui bahwa hasil statistic Kolmogorov Smirnov yakni 1.118 dan signifikansinya yakni 0.164, dikarenakan nilai residualnya $0.164 > 0.05$ jadi hasil tersebut menunjukkan terjadi distribusi yang normal.

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk mengetahui model regresi apakah ditemukan terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Regresi yang bagus sebaiknya tidak ada suatu korelasi antara variabel bebas. Dalam mengetahui apakah terdapat masalah dalam multikolonieritas yakni bila bisa dilihat pada nilai R^2 , analisis matrik korelasi pada variabel bebas, bisa diketahui dengan memperhatikan nilai *tolerance* dan *varian inflation faktor* (VIF) pada model regresi. Apabila nilai *tolerance* lebih besar $>$ dari 0.010 dan VIF lebih kecil $<$ dari 10, maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.⁶ Hasil uji multikolonieritas yang diuji dengan menggunakan SPSS yakni sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolonieritas

No	Model	Collinarity Statiscic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Kelengkapan Fasilitas Islami	0.579	1.728	Tidak terjadi
2	Kualitas Pelayanan	0.227	4.397	Tidak terjadi
3	Reputasi	0.236	4.238	Tidak terjadi

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022.

Dari table 4.13 maka bisa dilihat bahwa nilai *tolerance* dari seluruh variabel telah tercapai yakni nilai *tolerance* $>$ 0,010, dan nilai VIF yakni VIF $<$ 10. Dari hasil yang didapatkan maka kesimpulannya yakni tidak terjadi multikolonieritas yang artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas.

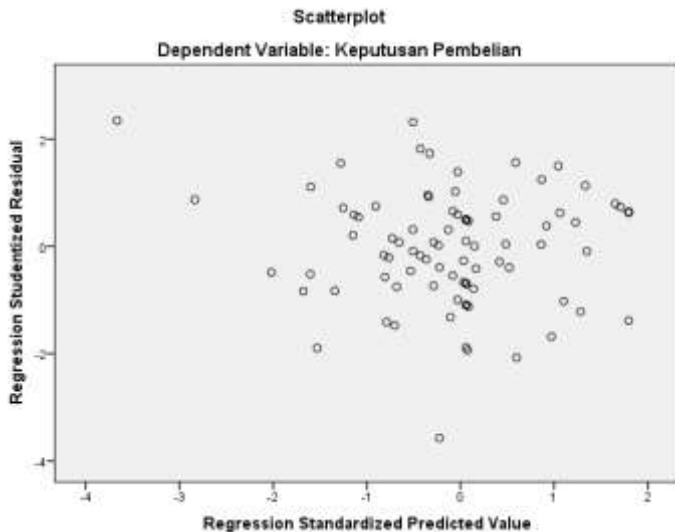
⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 107.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi perbedaan variasi dari residual antar pengamatan. Untuk melihat apakah ada heterokedastisitas atau tidak dapat diketahui dengan memahami grafik plot dimana ZPRED (variabel terikat) dengan SPESID (residualnya).

Apabila membentuk suatu pola tertentu yakni pada titik-titiknya membentuk pola tertentu maka bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas, namun jika tidak membentuk suatu pola tertentu, dalam arti penyebarannya menyebar maka bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷ Dibawah ini merupakan hasil pengujian heteroskedastisitas yang didapatkan dari SPSS melalui grafik *scatterplot*.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022.

Dari gambar *Scatterplot* 4.2, pada gambar tersebut memperlihatkan bahwa titik-titiknya tidak membentuk suatu pola tertentu, dan penyebarannya menyebar, maka bisa dikatakan bahwa dalam model

⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 137-138.

regresi tersebut mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi mempunyai tujuan untuk mengkaji suatu model regresi linier apakah ada suatu korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Apabila terdapat suatu korelasi maka bisa dikatakan adanya *problem autokerasi*. Strategi yang dapat dipakai untuk melihat adanya autokorelasi yakni dengan memakai Uji Durbin Watson (DW test).⁸ Dibawah ini adalah hasil pengujian autokorelasi yang didapatkan dari SPSS yakni:

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.734 _a	.538	.524	2.53353	2.057

a. Predictors: (Constant), Reputasi, Kelengkapan Fasilitas Islami, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022

Dari dari table 4.14 memperlihatkan hasil hasil Durbin Watson (DW) senilai 2.057. Selanjutnya membandingkan hasil d teoritis dengan signifikasi 5%. Pada table Durbin Watson dihasilkan nilai dl senilai 1.6131 dan du senilai 1.7264. Dari nilai pengujian tersebut dapat dimasukan dalam rumus $du < d < 4-du$ ($1.7364 < 2.057 < 2.2639$), jadi dari hasil pengujian tersebut bisa diartikan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun negative untuk tingkat signifikansinya 5%

⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 99.

3. Hasil Analisis Data

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk melihat apakah terdapat suatu hubungan linier antar variabel bebas dan terikat. Untuk memahami hubungan antara variabel, maka dapat dimasukkan pada rumus yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 0.43 + 0.240 + 0.071 + 0.762$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien regresi variabel X dan Y
- X1 = Kelengkapan Fasilitas Islami
- X2 = Kualitas Pelayanan
- X3 = Reputasi

Tabel 4.15
Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.043	1.920		.022	.982
Kelengkapan Fasilitas Islami	.240	.119	.184	2.021	.046
Kualitas Pelayanan	.071	.134	.077	.529	.598
Reputasi	.762	.203	.535	3.750	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022.

Dari table 4.15 diatas didapatkan persamaan regresi yang dapat dijumlahkan dengan rumus yakni:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 0.43 + 0.240 + 0.071 + 0.762$$

Dari persamaan regresi tersebut maka bisa disimpulkan:

- a) Konstanta (a): dengan jumlah a 0.043, nilai konstanta memiliki nilai positif yang artinya apabila skor dari variabel kelengkapan fasilitas

Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi mempunyai nilai 0 maka nilai dari variabel tersebut senilai 0.043.

- b) Koefisien b_1 : 0,240, koefisien memiliki nilai positif yang artinya pengaruh kelengkapan fasilitas Islami terhadap keputusan pembelian memiliki nilai positif atau memiliki hubungan yang positif. Dan apabila ada peningkatan pada kelengkapan fasilitas islami (X_1) sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) senilai 24%.
- c) Koefisien b_2 : 0.071, koefisien memiliki nilai positif yang artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai positif atau memiliki hubungan yang positif. Dan apabila ada peningkatan pada kualitas pelayanan (X_2) sebesar satu satuan maka akan akan terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) senilai 07.1%.
- d) Koefisien b_3 : 0.762, koefisien memiliki nilai positif yang artinya pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian memiliki nilai positif atau memiliki hubungan yang positif. Dan apabila ada peningkatan pada reputasi (X_3) sebesar satu satuan maka akan akan terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) senilai 76.2%.

2) Uji-t (Parsial)

Pengujian ini dipakai dalam melihat apakah didalam model regresi variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dengan memakai hipotesis:

- a) H_0 = tidak ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial.
- b) H_a = ada pengaruhnya antar variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial.

Dengan tingkat signifikansinya yang memakai 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji ini dikerjakan dengan cara melakukan perbandingan antara nilai t hitung dengan t table dengan berbagai ketentuan yakni:

- a) Jika t hitung $>$ t table maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika t hitung $<$ t table maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari uji parsial (t) yang didapatkan dari pengujian SPSS yakni:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients				
No	Model	T hitung	T tabel	Sig.
1	Kelengkapan Fasilitas Islami	2.021	1.984 98	0.04 6
2	Kualitas Pelayanan	0.529	1.984 98	0.59 8
3	Reputasi	3.750	1.984 98	0.00 0

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2022

Dari table 4.16, untuk mengetahui t table yakni menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 t\text{-table} &= (a/2) : (n-k-1) \\
 &= (0,05/2) : (100-3-1) \\
 &= 0.025 : 96 \\
 &= 1.98498
 \end{aligned}$$

Jika memperhatikan kolom t serta signifkansinya, maka penjelasannya berikut ini:

- a) Pengaruh variabel kelengkapan fasilitas Islami (X1) terhadap keputusan pembelian

Variabel kelengkapan fasilitas Islami (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dipahami berdasarkan nilai sigifikansinya kelengkapan fasilitas Islami (X1) yakni $0.046 < 0.05$.

Selain itu t tablenya senilai = 1.98498 dan nilai dari t hitung variabel kelengkapan fasilitas Islami senilai = 6.877, jadi dapat dipahami bahwa t hitung $>$ t table ($2.021 > 1.98498$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi hipotesisnya yakni kelengkapan fasilitas islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial diterima.

- b) Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian

Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Hal tersebut dapat dipahami berdasarkan nilai sigifikansinya kualitas pelayanan (X_2) $0.598 > 0.05$.

Selain itu t tablenya senilai = 1.98498 dan nilai t hitung variabel kualitas pelayanan senilai = 8.771, jadi dapat dipahami bahwa t hitung $< t$ table ($0.529 < 1.98498$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi hipotesisnya yakni kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

- c) Pengaruh variabel reputasi (X_3) terhadap keputusan pembelian

Variabel reputasi (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dipahami berdasarkan nilai sigifikansinya reputasi (X_3) $0.000 < 0.05$.

Selain itu t tablenya senilai = 1.98498 dan nilai dari t hitung variabel reputasi senilai = 3.750, maka dapat dipahami bahwa t hitung $> t$ table ($3.750 > 1.98498$) jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi hipotesisnya yakni reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial diterima.

3) Uji F (Stimulan)

Pengujian ini bertujuan untuk melihat variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara bersamaan apakah punya pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dengan tingkat sigifikansinya memakai 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji ini dikerjakan dengan melakukan perbandingan antara f hitung dan f table dengan berbagai ketentuannya yakni:⁹

- Jika f hitung $> f$ table maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika f hitung $< f$ table maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berikut hasil pengujian stimulan (f) yang dihasilkan dari SPSS:

⁹ Duwi Priyatni, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 67.

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	717.985	3	239.328	37.286	.000 ^b
1 Residual	616.205	96	6.419		
Total	1334.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Reputasi, Kelengkapan Fasilitas Islami, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2022

Dari table 4.17, hasil yang didapat dari F hitung yakni F hitung yakni sebesar 37.286 serta signifikannya 0.000, dengan tingkat signifikansi memakai 0,05 ($\alpha = 5\%$), jadi rumus F table yaitu:

$$\begin{aligned} \text{table} &= F(k : n-k) \\ &= 3 (3 : 100-3) \\ &= 3 : 97 \\ &= 2.70 \end{aligned}$$

Sehingga nilai F hitung $>$ F table yakni $37.286 > 2.70$ dan tingkat signifikan yakni $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka hipotesisnya yakni secara stimulan (bersamaan) kelengkapan fasilitas Islami (X1), kualitas pelayanan (X2), dan reputasi (X3) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi mempunyai tujuan untuk memahami prosesntase pengaruh antara variabel bebas (X1, X2, X3) secara bersamaan pada variabel terikat (Y). Pengaruh pemakaian variasi independen didalam model dapat atau tidaknya dalam memberikan penjelasan pada variasi variabel dependen dapat ditunjukkan melalui koefisen ini. Makin tinggi nilai R^2 maka makin besar proporsi jumlah variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel

independen.¹⁰ Hasil uji koefisien determinasi R^2 di SPSS yakni:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.524	2.53353

a. Predictors: (Constant), Reputasi, Kelengkapan Fasilitas Islami, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi di table 4.18 memperoleh jumlah *Adjusted R Square* senilai 0.524, maka dapat dijelaskan bahwa 52.4% pengaruh pemakaian variasi yang bisa dijelaskan ke tiga variabel independen (Kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi). Sedangkan (100% - 52.4% = 47,6%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. *Std. Error of the Estimate* senilai 2.53353, semakin kecil nilai SEE maka menjadikan model regresi makin sesuai dengan prediksi variabel dependen.

B. Pembahasan

Dari hasil analisis yang sudah dilaksanakan sebelumnya maka dapat diuraikan berikut ini:

1. Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Islami terhadap keputusan pembelian di SPBU 4459103 di Kecamatan Wedarijaksa Pati.

Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kelengkapan fasilitas Islami menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam suatu usaha melakukan kelengkapan fasilitas Islami merupakan bagian terpenting dan memiliki hubungan yang erat dalam bidang pemasaran. Karena kelengkapan fasilitas Islami mencerminkan bahwa suatu usaha memiliki kepedulian terhadap konsumen dan karyawannya, khususnya dalam hubungannya dalam kebutuhan rohani setiap individu, sehingga dijadikan tolok ukur bagi konsumen saat memutuskan dalam pelaksanaan pembelian.

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 228.

Fasilitas yakni berbagai hal yang bisa membantu untuk dapat memberikan kemudahan dalam pekerjaan dan segala aktivitasnya.¹¹ Sedangkan kelengkapan Fasilitas Islami adalah sarana prasarana yang digunakan umat islam sebagai sarana beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Fasilitas Islami merupakan sarana prasarana yang sangat penting bagi umat islam karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan yakni melaksanakan ataupun menunjang aktivitas ibadah kepada Allah SWT, sesuai dengan kewajiban umat islam kepada tuhan nya berupa ibadah shalat lima waktu.

Dari hasil pengujian parsial atau uji t menjelaskan bahwa nilai t hitung $>$ t table ($2.021 > 1.98498$) dan hasil signifikansinya $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi bunyi dari hipotesisnya yakni Kelengkapan Fasilitas Islami mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Nilai koefisien senilai 0.240, nilai koefisien tersebut bernilai positif yang artinya pengaruh variabel kelengkapan fasilitas Islami terhadap keputusan pembelian bernilai positif atau terdapat hubungan yang positif. Selain itu jika terjadi peningkatan kelengkapan fasilitas Islami (X_1) senilai satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 24%.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eva Desembrianita, yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya*”. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa variabel fasilitas terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹²

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di SPBU 4459103 di Kecamatan Wedarijaksa Pati.

Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Pada dasarnya kualitas

¹¹Tim Penyusun Pusat Bahasa (Mendikbud), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 408.

¹² Eva Desembrianita dan Ruslin, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya, *Journal of research in economics and manajemen* Vol 16, No. 2, (2016), 345.

pelayanan yakni berbagai tindakan dan keterampilan seorang karyawan pada sebuah perusahaan atau lembaga yang dilaksanakan dengan komitmen untuk dapat memberi suatu pelayanan terbaiknya dan berkualitas pada para pelanggan.¹³ Tujuan dari pelayanan ini sendiri yakni memberikan kepuasan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Umumnya Konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan baik lisan maupun non lisan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengetahuan dan juga pengalaman pembelian sebelumnya. Harapan- harapan pelanggan tersebut diatas dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan.¹⁴

Dari hasil pengujian parsial atau uji t pada variable kualitas pelayanan menjelaskan bahwa nilai t hitung < t table ($0.529 < 1.98498$) dan hasil signifikansinya > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi bunyi dari hipotesisnya yakni kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Febriano Clinton Polla Dkk yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea*”. Berdasarkan penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini terjadi karena anggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang tidak dianggap penting untuk memutuskan untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eva Desembriana mengenai “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya*”. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

¹³ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 135.

¹⁴ Ade Syarif Maulana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI, *Jurnal Ekonomi*, 7 No 2 (2016): 114.

kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya perbedaan hasil penelitian antara penelitian ini dengan penelitian Eva Desembrianita maka dapat dijadikan oleh peneliti berikutnya untuk mengembangkan penelitian.

Meskipun kualitas pelayanan di SPBU 4459103 Di Kecamatan Wedarijaksa Pati mempunyai pengaruh negatif, pihak SPBU harus tetap melakukan perkembangan pada kualitas pelayanan untuk menarik hati konsumen, dan mendapatkan nilai plus di mata konsumen, sesuai dengan visi dan juga misi yang dimiliki oleh SPBU 4459103 yakni memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada konsumen. Peningkatan pelayanan ini sendiri dapat dilakukan dengan melakukan pengarahannya dan melakukan evaluasi setiap satu/ dua minggu sekali. Dengan demikian maka diharapkan kualitas pelayanan akan menjadi suatu daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh SPBU 4459103 Di Kecamatan Wedarijaksa Pati, dan menjadi pembeda dari SPBU 4459103 dengan SPBU lainnya.

3. Pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian di SPBU 4459103 di Kecamatan Wedarijaksa Pati.

Dalam penelitian ini memberikan penjelasan bahwa reputasi menjadi faktor yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena berhubungan erat dengan pemasaran. Reputasi memiliki keterkaitan dengan persepsi yang dimiliki seseorang mengenai suatu perusahaan, selain itu berhubungan dengan kualitas, kuantitas, maupun sejarah perusahaan. Maka semakin baik persepsi seseorang mengenai perusahaan atau tempat usaha tentu dapat meningkatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Adapun menurut Doney dan Cannon, reputasi suatu perusahaan mempunyai hubungan terhadap riwayat dan sejarah suatu perusahaan yang dihubungkan dengan pihak lainnya, mempunyai suatu hubungan baik atau buruk. Keputusan pembelian sangat berhubungan dengan reputasi perusahaan utamanya dalam hubungannya dengan citra merek. Reputasi dan juga merek membentuk permasalahan yang disebabkan

oleh suatu gaya dan suatu keyakinan mengenai suatu pemahaman terhadap image serta merek.¹⁵

Dari hasil pengujian parsial atau uji t menjelaskan bahwa nilai t hitung $>$ t table ($3.750 > 1.98498$) dan hasil signifikansinya $<$ 0,05, jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi bunyi dari hipotesisnya yakni reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Nilai koefisien sebesar 0.762, nilai koefisien tersebut bernilai positif sehingga berarti pengaruh variabel reputasi terhadap keputusan pembelian bernilai positif atau terjadi hubungan positif. Selain itu jika terjadi peningkatan reputasi (X3) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 76.2%.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang sebelumnya, oleh Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati, yang berjudul “*Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam*”. Berdasarkan penelitian ini menjelaskan bahwa reputasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁶

4. Pengaruh kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati

Berdasarkan dari hasil uji F yakni menguji keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai F hitung pada table ANOVA menunjukkan bahwa nilai F hitung yakni 37.286. Dapat dilihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F table ($37.286 > 2.70$). Adapun nilai signya dari keseluruhan variabel sebesar 0.000 yang hasil itu lebih kecil dari 0.05 ($0.00 < 0.05$).

Selain hasil uji F untuk mengetahui apakah kelengkapan fasilitas Islami, kaulitas pelayanan, dan reputasi

¹⁵ Edy Suryawardana dan Tri Endang Yani, Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang, *Jurnal Dinamika Sosbud*, 17 No 2 (2015): 262.

¹⁶ Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati, Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam, *Jurnal Matua*, Vol 2 No 4, (2020), 295-305.

secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, dapat menggunakan cara melihat hasil pengujian determinasi. Yakni dengan melihat nilai koefisien determinasi. Dari tabel yang telah dijelaskan, nilai yang didapatkan R Square yang senilai 52.4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen dari penelitian secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 52.4%.

Berdasarkan dari pengujian parsial atau biasa disebut dengan uji t ketiga variabel bebas yakni kelengkapan fasilitas Islami, kualitas pelayanan, dan reputasi mempunyai pengaruh yang berbeda-beda. Variabel kelompok kelengkapan fasilitas Islami memiliki pengaruh sebesar 24%, sedangkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 07.1%, dan reputasi mempunyai pengaruh sebesar 76.2%. Dan hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa reputasi mempunyai pengaruh yang besar di dalam melakukan keputusan pembelian di SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat diartikan bahwa semakin lengkap fasilitas Islami yang dimiliki SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati tentu akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan semakin baik reputasi SPBU 4459103 di Wedarijaksa Pati, dimata konsumen maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

