ARTIKEL

ANALISIS LOKASI, *MERCHANDISING,* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURYA SWALAYAN KECAMATAN BANYAKAN KABUPATEN KEDIRI

Oleh:

DIANA NUR KOLIDAH

14.1.02.02.0387

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Sri Aliami, M.M.**
2. **Gesty Ernestivita, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Diana Nur Kolidah
NPM	: 14.1.02.02.0387
Telepun/HP	: 085790200455
Alamat Surel (Email)	: diana.nur.kolidah@gmail.com
Judul Artikel	: Analisis Lokasi, *Merchandising,* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Surya Swalayan Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri.
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kota Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 1 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami, M.M. NIDN. 0716086403	Gesty Ernestivita, M.M. NIDN. 0720059101	Diana Nur Kolidah NPM. 14.1.02.02.0387

ANALISIS LOKASI, *MERCHANDISING*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SURYA SWALAYAN KECAMATAN BANYAKAN KABUPATEN KEDIRI

Diana Nur Kolidah
14.1.02.02.0387
Ekonomi - Manajemen
diana.nur.kolidah@gmail.com
Dr. Sri Aliami, M.M.
Gesty Ernestivita, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Ritel modern dalam skala kecil maupun besar membutuhkan kesiapan pengelolaan dalam segala bidang. Dalam hal ini penting bagi peritel untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan manajerialnya agar mempunyai kemampuan bertahan di dalam persaingan. Untuk terus berjalan dan memenangkan persaingan, maka perbaikan dan peningkatan bidang pemasaran sudah seharusnya dilakukan oleh peritel.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) Pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (2) Pengaruh signifikan *merchandising* terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (3) Pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (4) Pengaruh lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan berupa *causal research* (riset kausal). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Kediri yang jumlahnya tidak terdefinisi dengan pasti. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS for windows versi 21*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (2) *Merchandising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. (4) Lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan *input* bagi Surya Swalayan dalam menyusun dan menetapkan strategi penjualan yang tepat dengan jalan mengoptimalkan ketiga variabel yang telah diteliti sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan untuk Surya Swalayan hendaknya memperbaiki faktor-faktor yang menjadi kelemahan di Surya Swalayan, dan mempertahankan juga meningkatkan faktor-faktor yang menjadi keunggulan bisnisnya.

KATA KUNCI : Keputusan Pembelian, Lokasi, *Merchandising*, dan Kualitas Pelayanan.

I. LATAR BELAKANG

Ritel modern dalam skala kecil maupun besar membutuhkan kesiapan pengelolaan dalam segala bidang. Dalam hal ini penting bagi peritel untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan manajerialnya agar mempunyai kemampuan bertahan di dalam persaingan. Untuk terus berjalan dan memenangkan persaingan, maka perbaikan dan peningkatan bidang pemasaran sudah seharusnya dilakukan oleh peritel.

Surya Swalayan merupakan salah satu toko ritel di daerah Bulawen yang bertempat di Jalan Panglima Besar Sudirman, Tiron, Banyakan, Kediri. Pada awalnya Surya Swalayan adalah satu-satunya toko ritel yang ada di daerah Bulawen yang mengawali bisnis dengan mengusung nama "Swalayan", namun pada tahun 2017 mulai ada pesaing baru yang mendirikan bisnis serupa dengan jarak yang tidak begitu jauh. Letak Surya Swalayan dekat dengan lingkungan pertokoan dan pasar tradisional Bulawen, namun sampai saat ini masih mampu bertahan dalam persaingan. Meskipun dalam kesehariannya penjualan di Surya Swalayan tidak menentu dan cendurung sepi pada hari-hari biasa, namun pada akhir pekan serta menjelang hari besar seperti bulan ramadhan penjualan masih cukup menjanjikan.

Dalam sebuah transaksi perdagangan, penjual selalu mengharapkan agar tercipta sebuah keputusan pembelian dan konsumen mendapatkan apa yang sesuai dengan kebutuhannya. Sebelum memutuskan membeli suatu barang, seorang konsumen akan melewati beberapa tahapan dalam keputusan pembelian.

Salah satu kunci kesuksesan bisnis yang berperan dalam menarik konsumen adalah pemilihan lokasi. Dalam pemilihan lokasi peritel harus benar-benar mempertimbangkan terlebih dahulu bagaimana kedepannya, karena lokasi juga menentukan keputusan membeli konsumen. Lokasi menjadi kunci pokok dan memberi dampak yang berkesinambungan dalam kelangsungan usaha.

Selain faktor lokasi, pengelolaan barang dagangan *(merchandising)* dalam bisnis ritel juga harus diperhatikan. Produk-produk yang dijual oleh peritel harus dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin lengkap dan beragam produk yang dijual dalam sebuah Swalayan maka keputusan pembelian konsumen juga akan

meningkat. Oleh sebab itu, pengelola peritel harus pandai mengelola barang dagangan, sehingga konsumen tertarik berbelanja di toko tersebut.

Strategi lain yang dapat dipakai untuk menarik konsumen yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat. Sikap pramuniaga yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Utami (2017:106), menyatakan bahwa berbagai jenis pelayanan yang ditawarkan dapat membedakan pelayanan antara toko yang satu dengan yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap dan memuaskan pelayanan yang diberikan oleh suatu toko, maka semakin besar kemungkinan akan tertarik untuk memilih berbelanja di toko yang bersangkutan.

Meskipun Surya Swalayan sudah memiliki citra tersendiri, namun persaingan yang semakin ketat harus tetap diwaspadai. Seiring bertambahnya waktu, tidak menutup kemungkinan pesaing-pesaing lain akan terus bermunculan dan meningkatkan kualitasnya, dan pada akhirnya konsumen Surya Swalayan beralih ke toko para pesaing. Sudah sewajarnya hal ini tidak boleh diabaikan. Oleh sebab itu, penetapan strategi yang tepat sangat dibutuhkan oleh Surya Swalayan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penilitian yang menganalisis sejauh mana lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Surya Swalayan. Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis dalam memilih judul **"Analisis Lokasi, *Merchandising*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Surya Swalayan Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri".**

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri?
2. Apakah ada pengaruh signifikan *merchandising* terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri?
3. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri?
4. Apakah ada pengaruh lokasi, *merchandising*, dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.
2. Pengaruh signifikan *merchandising* terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.
3. Pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.
4. Pengaruh lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.

II. METODE

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:12), pendekatan penelitian merupakan cara berpikir peneliti tentang bagaimana penelitian akan dilakukan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2016:7), menyatakan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka, dan dianalisis menggunakan statistik. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden.

B. Teknik Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:7), teknik penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Teknik dalam penelitian ini menggunakan *causal research* (riset kausal) yang bertujuan untuk mencari hubungan sebab akibat. Menurut Istijanto (2009:31), riset kausal merupakan riset yang memiliki tujuan utama membuktikan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang mempengaruhi ini disebut variabel independen, sedangkan variabel yang terpengaruh oleh perubahan variabel independen disebut sebagai variabel dependen.

Sedangkan menurut Sugiyono (2016:37), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Tujuan penelitian kausal dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Surya Swalayan Bulawen Kediri.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Surya Swalayan yang berada di Jalan Panglima Besar Sudirman Desa Tiron Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri. Tempat penelitian ini dipilih karena peneliti menemukan adanya masalah yang muncul terkait dengan pengaruh lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian mulai dari persiapan penelitian, pelaksanaan penelitian hingga akhir penelitian berlangsung kurang lebih selama 1,5 bulan, yaitu mulai tanggal 13 April sampai 31 Mei 2018.

D. Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Kediri pada tahun 2018 yang jumlahnya tidak terdefinisi dengan pasti.

Sampel

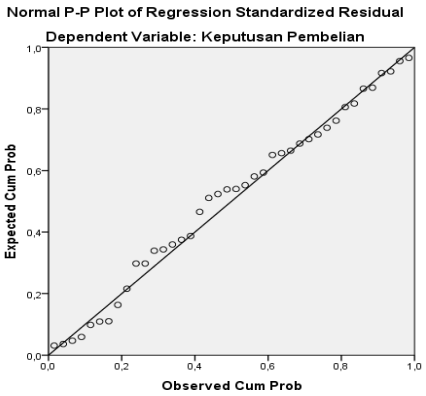
Menurut Sugiyono (2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Mengingat besarnya populasi konsumen dan jumlahnya tidak terdefinisi dengan pasti, maka dalam penentuan

sampel peneliti berpedoman pada pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2016:91), yang menyatakan bahwa bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah dari variabel dependen dan independen dalam penelitian ini adalah 4, maka anggota sampel yang digunakan berjumlah 10 x 4 = 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2016:85), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jadi dalam penelitian ini sampelnya adalah konsumen yang pada saat itu melakukan pembelian dan kebetulan bertemu dengan peneliti.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas

Dari grafik hasil uji normalitas pada gambar 3.1 dapat dilihat, bahwa titik-titik dalam grafik tersebut menyebar dan berada di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini layak untuk dipakai karena memenuhi asumsi normalitas atau dengan kata lain data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila VIF > 10, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10 atau *Tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 3.1
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	,573	1,746
	Merchandising	,433	2,308
	Kualitas Pelayanan	,614	1,629

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 21, diketahui bahwa dalam penelitian ini nilai VIF yang diperoleh lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1, maka model regresi dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 3.2
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,361	1,765

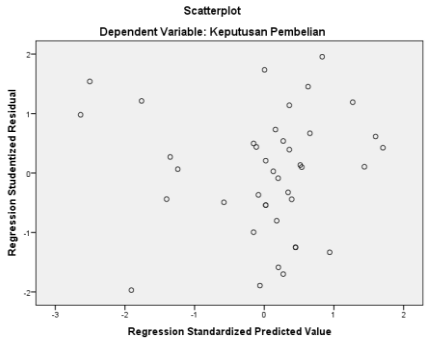
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Merchandising

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Ghozali (2018:112) menyatakan bahwa, terdapat ketentuan dalam Durbin-Watson test yaitu du < DW < 4-du atau nilai DW yang dihasilkan harus terletak di antara du dan 4-du agar tidak ada autokorelasi. Berdasarkan tabel 3.2 dapat dilihat bahwa nilai uji DW yang dihasilkan sebesar 1,765. Nilai du berdasarkan tabel dengan variabel bebas 3 dan jumlah responden 40 adalah (3,40) = 1,65, sehingga 4-du = 4 - 1,65 = 2,35. Dengan demikian, maka nilai uji Durbin Watson sebesar 1,76 yang terletak diantara 1,65 s/d 2,35 menandakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Gambar 3.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 21, diperoleh hasil penyebaran titik pada gambar

grafik *scatterplot* memiliki pola yang acak, titik-titik pada gambar tersebut menyebar di bagian atas maupun bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, data pengolahan dari hasil tanggapan responden mengenai lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan tidak memiliki standar deviasi atau penyimpangan data yang bersifat sama terhadap variabel keputusan pembelian.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lokasi, *merchandising*, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial (individual) maupun simultan (bersama-sama). Hasil pengolahan data responden dalam analisis regresi linier berganda dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Hasil Analisis Regresi
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	6,092	1,922
Lokasi	,348	,083
Merchandising	,201	,082
Kualitas Pelayanan	,194	,094

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka persaaman regresi disusun sebagai berikut :

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta 3 X3 + e$

$Y = 6{,}092 + 0{,}348\ X1 + 0{,}201\ X2 + 0{,}194\ X3$

Artinya :

1) a = 6,092 : menunjukkan besarnya keputusan pembelian ketika variabel lokasi (X_1), *merchandising* (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) diasumsikan tidak mempunyai pengaruh sama sekali, maka keputusan pembelian adalah sebesar 6,092. Atau dapat diartikan keputusan pembelian masih memiliki nilai yang positif walaupun tanpa ketiga variable yang diteliti tersebut, yang disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian ini.
2) b1 = 0,348: apabila lokasi (X_1) naik 1 (satu) satuan sedangkan *merchandising* (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,348.
3) b2 = 0,201: apabila *merchandising* (X_2) naik 1 (satu) satuan sedangkan lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,201.

4) b3 = 0,194: apabila kualitas pelayanan (X_3) naik 1 (satu) satuan sedangkan lokasi (X_1) dan *merchandising* (X_2) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,194.

C. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,862[a]	,742	,721

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Merchandising

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan *Adjusted R Square* yang didapat adalah 0,721. Hal ini berarti 72,1% lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan keputusan pembelian di Surya Swalayan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 27,9% yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel indipenden/bebas secara parsial atau individual terhadap variabel dependen/terikat. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	t	Sig.
(Constant)	3,170	,003
Lokasi	4,202	,000
Merchandising	2,466	,019
Kualitas Pelayanan	2,056	,047

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan perhitungan di atas maka diketahui bahwa :

a. Variabel lokasi memperoleh t_{hitung} sebesar 4,202 sementara t_{tabel} ($\alpha/5$: 40) adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Cara kedua dapat ditempuh dengan membandingkan nilai uji signifikansi lokasi dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan terlebih dahulu yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai sig. lokasi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hipotesis satu dari penelitian ini yang menyatakan ada pengaruh signifikan lokasi

terhadap keputusan pembelian telah terbukti.

b. Variabel *merchandising* memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,466 sementara t_{tabel} (α/5 ; 40) adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Cara kedua dapat ditempuh dengan membandingkan nilai uji signifikansi *merchandising* dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan terlebih dahulu yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai sig. *merchandising* sebesar 0,019 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hipotesis dua penelitian ini yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *merchandising* terhadap keputusan pembelian telah terbukti.

c. Variabel kualitas pelayanan memperoleh t_{hitung} sebesar 2,056 sementara t_{tabel} (α/5 ; 40) adalah sebesar 2,028 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Cara kedua dapat ditempuh dengan membandingkan nilai uji signifikansi kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan terlebih dahulu yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai sig. kualitas pelayanan sebesar 0,047 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hipotesis tiga penelitian ini yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian telah terbukti.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat menggunakan uji ANOVA. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama atau secara simultan antara variabel indipenden (lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Tabel 3.6
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	34,563	,000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Merchandising

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan tabel 3.6 di atas pegujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikatnya dilihat dengan menggunakan uji F. H_0 ditolak dan H_a diterima, dari hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 < 0,05. Hipotesis empat penelitian ini yang menyatakan bahwa ada pengaruh lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian telah terbukti.

IV. PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. Hal ini berarti penempatan lokasi yang tepat dan strategis dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. *Merchandising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. Hal ini berarti manajemen *merchandising* yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. Hal ini berarti kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Lokasi, m*erchandising*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri.

Saran

Dari kesimpulan atas hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Ritel / Surya Swalayan

   Dalam penelitian ini variabel lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan diketahui memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Surya Swalayan Bulawen Banyakan Kediri. Namun berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, masih ada beberapa faktor yang perlu di tingkatkan lagi oleh peritel agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mengingat dalam penelitian ini variabel lokasi, *merchandising*, dan kualitas pelayanan mampu menyumbang kontribusi 72,1% terhadap keputusan pembelian dan masih ada 27,9% variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, namun tidak diteliti dalam penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini, yang sekiranya dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada jenis ritel lainnya.

V. DAFTAR PUSTAKA

Afifudin. 2016. *Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 5, Nomor 12, Desember 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel.* Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25.* Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.

Istijanto, M.M., M.Com. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (Online) tersedia https://books.google.co.id/books?isbn=9792214313 diakses 20 April 2018.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Marlina, Rini. 2013. *Pengaruh Merchandise, Retail Service, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Iin Swalayan Cabang Jln. Soekarno Hatta Pekanbaru.* Skripsi. Dipublikasikan. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru

Nur Cahyani, Dian., Saryadi dan Widiartanto. 2014. *Pengaruh Store Planning, Merchandising dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang).* Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Rachman, Fatchur. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 3 No. 11. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Sopiah dan Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

ST Sujana, Asep. 2012. *Manajemen Minimarket.* Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup). (Online) tersedia https://books.google.com/books?isbn=9790131704 diakses 20 April 2018.

Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Cetakan ke-22. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, Prof. Dr. 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Supirman. 2016. *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.* Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Utami, Christina Whidya. 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel.* Malang: Bayumedia Publishing.

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.* Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.

Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.* Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Widodo, Tri. 2016. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga).* Among Makarti Vol.9 No.17, Juli 2016.

Yuliyah, Perin Wulan. 2011. *Pengaruh Retail Mix (Bauran Eceran) terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Diskon Togamas Malang.* Skripsi. Tidak dipublikasikan. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.