

# Analisis Pengaruh Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah

**Author:**

<sup>1</sup> Dian Rejeki Simanjuntak  
<sup>2</sup> Safriadi Pohan  
<sup>3</sup> Sinta Veronika Hutabarat

**Affiliation:**

<sup>1,2,3</sup> STIE Al-Washliyah Sibolga

**Corresponding email**

<sup>1</sup>diansimanjuntak990@gmail.com  
<sup>3</sup>Sintaveronika77@gmail.com

**Histori Naskah:**

Submit: 13-03-2026  
Accepted: 31-03-2026  
Published: 31-03-2026



This is an Creative Commons License  
This work is licensed under a Creative  
Commons Attribution-NonCommercial  
4.0 International License

**Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Selanjutnya dari uji normalitas diketahui variabel terdistribusi secara normal, yang ditunjukkan disribusi data yang tidak menceng ke kiri atau ke kanan dan *Asymp, Sig* sebesar  $0,200 >$  probabilitas  $0,05$  dan nilai *Z Kolmogorov Smirnov* sebesar  $0,095 <$  dari nilai *Z* untuk *Sig 5%* yaitu  $1,97$ . Dari uji Heteroskedastisitas bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah anhka nol pada sumbu *Y*, maka disimpulkan tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas. Dari uji multikolinearitas diketahui tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dari persamaan model regresi  $Y = 9,197 + 0,533X_1 + 0,302X_2$ , menunjukkan terjadi pengaruh pada Keputusan Pembelian ditentukan Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk. Sedangkan dari uji *t* diketahui nilai  $t_{hitung}$  Fasilitas Toko sebesar  $5,133$ , lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar  $1,67793$ , maka Fasilitas Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah, berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Selanjutnya dari uji *t* diketahui nilai  $t_{hitung}$  Ketersediaan Produk sebesar  $3,227$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar  $1,67793$ , maka Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah. Dari uji *F* diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $45,705$  lebih besar dari nilai *F* table sebesar  $3,20$  maka Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah, berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci:** Fasilitas Toko, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian.

---

## Pendahuluan

Perkembangan sektor ritel, terutama di industri bangunan, mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Toko bangunan menjadi salah satu tempat yang strategis bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan bahan bangunan dan peralatan konstruksi. Dengan semakin



banyaknya pilihan toko bangunan yang tersedia, konsumen dihadapkan pada berbagai macam fasilitas dan ketersediaan produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor ini terhadap perilaku pembelian konsumen.

Fasilitas toko, seperti layout toko, kenyamanan, serta fasilitas pelayanan tambahan, berfungsi untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik bagi konsumen. Penempatan produk yang strategis, pelayanan yang ramah, serta kemudahan aksesibilitas menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Selain itu, ketersediaan produk adalah faktor krusial yang tidak dapat diabaikan. Konsumen cenderung memilih toko yang memiliki stok yang memadai dan beragam jenis produk, karena hal ini mencerminkan reputasi dan keandalan toko tersebut. Pengaruh fasilitas toko dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian memiliki implikasi yang penting, baik bagi konsumen, maupun bagi pemilik toko bangunan. Dari sudut pandang konsumen, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini dapat membantu mereka dalam membuat keputusan yang lebih bijak dan memuaskan. Sementara itu, bagi pemilik toko, informasi mengenai preferensi konsumen dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi penjualan dan pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pendapatan.

Di sisi lain, pengetahuan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dapat membantu toko bangunan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana fasilitas yang disediakan dan ketersediaan produk dapat memengaruhi perilaku konsumen. Jika toko bangunan mampu menciptakan lingkungan berbelanja yang menarik dan menyediakan produk yang lengkap, maka kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian akan meningkat. Namun, meskipun banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai perilaku konsumen, masih terdapat kekurangan dalam kajian mengenai pengaruh fasilitas toko dan ketersediaan produk secara spesifik di toko bangunan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan analisis yang mendalam mengenai pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian di toko bangunan.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis berusaha untuk menjawab beberapa pertanyaan kunci. Pertama, sejauh mana fasilitas toko seperti layout, kebersihan, dan pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di UD.Cita Persada Sibulan Kabupaten Tapanuli Tengah? Kedua, bagaimana ketersediaan produk, baik dari segi jumlah maupun variasi, mempengaruhi keputusan pembelian? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi UD.Cita Persada Sibulan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko bangunan, serta untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik di bidang pemasaran dan manajemen ritel. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pemilik toko bangunan dalam merancang strategi yang lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam era persaingan yang semakin ketat, pemahaman yang mendalam tentang pengaruh fasilitas toko dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian sangatlah penting. Melalui penelitian ini, diharapkan akan tercipta strategi yang dapat memberikan nilai lebih bagi konsumen serta memberikan keuntungan bagi pemilik toko bangunan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi praktik di lapangan.

## Studi Literatur

### Fasilitas Toko

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sangat penting di dalam usaha jasa, fasilitas yang diberikan kepada konsumen dapat mempermudah dalam penggunaan sarana dan prasarana yang telah

disediakan. Fasilitas yang dimaksud dapat berupa parkir, toilet, toko yang luas. Fasilitas memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Fasilitas merupakan aspek penting bagi perusahaan jasa, yang biasanya peralatan yang digunakan (Sudarwati, Kustiyah, & Tsani, 2017). Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Sumayang, 2016). Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono & Diana, 2019). Fasilitas merupakan persediaan peralatan fisik yang memberikan kenyamanan bagi konsumen yang melakukan kegiatannya sehingga terpenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Jumini & Realize, 2020). Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas (Tarigan, Lapijan, & Tampenawas, 2022).

Berdasarkan defenisi dari beberapa ahli diatas dapat di simpulkan bahwa fasilitas pendukung adalah sebuah sarana yang wajib disediakan oleh perusahaan atau bisnis yang bertujuan untuk menarik minat pembelian konsumen.

### **Ketersediaan Produk**

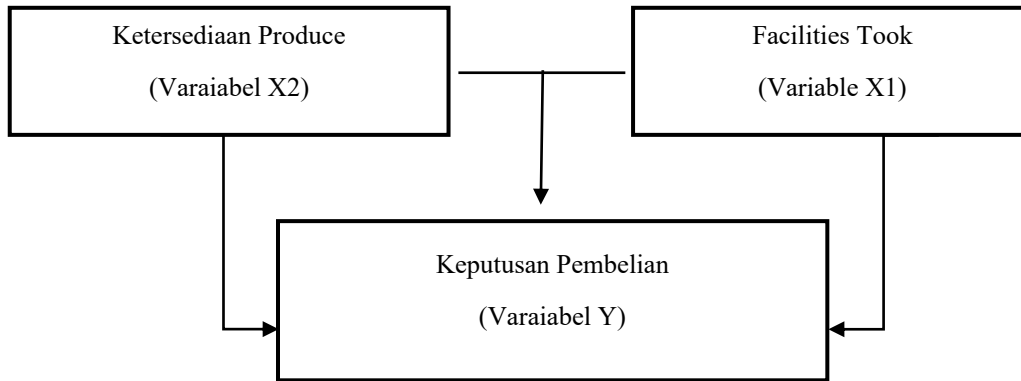
Ketersediaan produk merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan agar dapat menjaga pelanggan untuk tetap melakukan pembelian suatu produk, perusahaan harus menjaga ketersediaan produk ketika terjadi peningkatan permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut (Conlon & Mortimer, 2013). Ketersediaan Produk adalah kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dengan mudah diterima oleh pelanggan (Emiri, 2021).

### **Keputusan Pembelian**

Menurut (Kotler & Keller, 2016) mendefenisikan bahwa “Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. Menurut (Sopiah, 2016) “Pengambilan keputusan konsumen adalah Proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.”

### **Kerangka Pikir Peneliti**

Kerangka pikir dapat diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis atau dapat diartikan sebagai gambaran tentang hubungan antar variable dalam suatu penelitian. Didalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penilit yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk terhadap masalah penelitian (Sugiyono, 2017:60). Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka berpikir yang dapat dijadikan pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variable yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka pikir pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

### Perumusan Hipotesis

Menurut (Kuncoro, 2018) hipotesis adalah “Suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang akan terjadi”. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa hipotesis adalah “Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”.

Berdasarkan pada kerangka pikir di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- 1) Fasilitas Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.
- 2) Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.
- 3) Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah

### Metode Penelitian

#### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Studi literatur, yaitu dengan mempelajari berbagai sumber bacaan yang berkaitan erat dengan masalah penelitian, baik berupa buku-buku karya ilmiah maupun peraturan perundang-undangan.
- b. Studi lapangan, yaitu dengan cara mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara :
  1. Observasi, adalah proses pengolahan data informasi dari tangan pertama dengan cara melakukan pengamatan.
  2. Wawancara, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara tatap muka dengan pihak yang dapat memberikan keterangan tentang Fasilitas Toko, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian yang menjadi faktor penelitian.
  3. Dokumentasi, yaitu suatu cara yang digunakan untuk diperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.
  4. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan instrument pertanyaan secara tertulis kepada responden yang dijawab oleh responden secara tertulis pula.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Pasolong, 2020). Fenomena ini telah

ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian, responden harus memilih pernyataan dan mengisi pertanyaan yang sudah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.

Tabel 1. Instrument Skala Likert

No.	Alternative Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

### Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan sebuah langkah dalam mencari dan proses penyusunan secara sistematis data yang didapatkan berasal dari hasil wawancara, hasil catatan lapangan, dan hasil dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam menyusun kedalam pola, memilih data mana yang di anggap penting dan data yang akan dipelajari, dan dibuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017) Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah menggunakan alat bantu aplikasi *Software Statistical Package For Social Scienses (SPSS) Versi 31 Windows*. Secara inti metode analisis data dalam kuantitatif

## Hasil

### Karakteristik responden berdasarkan umur

Dari hasil penyebaran kuesioner, analisis data responden yang merupakan konsumen UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah digolongkan menurut usia adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	Sampai dengan 40 tahun	19 Orang	38%
2.	41-50	15 Orang	30%
3.	51-60	14 Orang	28%
4.	> 60 tahun	2 Orang	4%
Jumlah		50 Orang	100%

Sumber : Pengolahan Data (2025)

Dari Tabel 2. di atas, konsumen dengan rentang usia sampai dengan 40 tahun sebanyak 19 orang (38%), dan rentang usia 41 sampai dengan 50 tahun sebanyak 15 orang (30%), rentang usia 51 sampai dengan 60 tahun sebanyak 14 orang (28%), serta rentang usia lebih dari dari 60 tahun sebanyak 2 orang (4%).

### Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Sedangkan berdasarkan jenis kelamin karakteristik responden dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	32 Orang	64%
2.	Perempuan	18 Orang	36%
Jumlah		50 Orang	100%

Sumber : Pengolahan Data (2025)

Dari data Tabel 3. di atas, dapat dilihat bahwa responden laki-laki lebih banyak dari responden perempuan yaitu 64% berbanding 36%.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Jawaban dan Keputusan Pembelian dari setiap Item

No.	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata-rata
	SS		S		KS		TS		STS				
	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	
1.	32	160	16	64	2	6	0	0	0	0	50	231	4,62
2.	30	150	17	68	3	9	0	0	0	0	50	229	4,58
3.	26	130	22	88	2	6	0	0	0	0	50	227	4,54
4.	30	150	19	76	1	3	0	0	0	0	50	233	4,66
5.	40	200	9	36	1	3	0	0	0	0	50	244	4,88
6.	35	175	14	56	1	3	0	0	0	0	50	240	4,8
7.	31	155	17	68	2	6	0	0	0	0	50	236	4,72
8.	35	175	13	52	2	6	0	0	0	0	50	241	4,82
9.	36	180	12	48	2	6	0	0	0	0	50	243	4,86
10.	28	140	19	76	3	6	0	0	0	0	50	234	4,68
Rata-rata												4,716	
Rata-rata												4,72	

F = Frekuensi Jawaban

Sc = Score (Frekuensi x nilai)

Sumber : Hasil Penelitian

Berdasarkan skala nilai Tabel 4. di atas, selanjutnya diintrepretasikan nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pernyataan mengenai Ketersediaan Produk rata-rata dari setiap item sebagai berikut :

- a) Hasil survey responden tentang Saya membeli produk yang dipasarkan UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah sesuai dengan kebutuhan saya, rata-rata mendapat nilai 4, 62 termasuk dalam kategori sangat baik
- b) Hasil survey responden tentang Jika saya memiliki kebutuhan mendesak, saya segera mencari produk yang tepat, rata-rata mendapat nilai 4, 58 termasuk dalam kategori sangat baik.
- c) Hasil survey responden tentang Saya mengetahui informasi produk yang di pasarkan UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah dari teman terdekat saya, rata-rata mendapat nilai 4, 54 termasuk dalam kategori sangat baik.
- d) Hasil survey responden tentang Saya sering mencari informasi tentang produk yang akan saya beli sebelum mengambil keputusan, rata-rata mendapat nilai 4, 66 termasuk dalam kategori sangat baik.
- e) Hasil survey responden tentang Saya membandingkan beberapa produk sebelum memutuskan untuk membeli di UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah., rata-rata mendapat nilai 4, 88 termasuk dalam kategori sangat baik.
- f) Hasil survey responden tentang Faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan merek sangat mempengaruhi pilihan saya dalam memilih produk di UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah., rata-rata mendapat nilai 4, 8 termasuk dalam kategori sangat baik.
- g) Hasil survey responden tentang Keputusan saya untuk membeli ditentukan oleh seberapa banyak informasi yang telah saya peroleh tentang produk tersebut, rata-rata mendapat nilai 4, 72 termasuk dalam kategori sangat baik.

- h) Hasil survey responden tentang Saya cenderung membeli produk yang sudah saya teliti dan bandingkan terlebih dahulu, rata-rata mendapat nilai 4,82 termasuk dalam kategori sangat baik.
- i) Hasil survey responden tentang Saya merasa puas setelah menggunakan produk yang dipasarkan UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah., rata-rata mendapat nilai 4,86 termasuk dalam kategori sangat baik.
- j) Hasil survey responden tentang Saya merekomendasikan produk yang dipasarkan UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah pada orang lain, rata-rata mendapat nilai 4,68 termasuk dalam kategori baik.
- k) Berdasarkan interpretasi nilai rata-rata di atas menunjukkan bahwa faktor Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah dengan nilai rata-rata sebesar 4,72 tergolong dalam kategori sangat baik.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Fasilitas Toko Terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah**

Berdasarkan uji-t yang dilakukan diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,133 > 1,67793$ ) dengan tingkat signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Fasilitas Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.

Indikator tertinggi variabel Fasilitas Toko berada pada pernyataan, Desain UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah menarik perhatian saya saat pertama kali melihatnya, hal ini yang membuat konsumen semakin penasaran untuk berbelanja di UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.

Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Nur Afriani Lubis, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Oke Supermarket Tanjung Morawa”, dari hasil penelitian diketahui bahwa Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Oke Supermarket Tanjung Morawa, selanjutnya sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Rafiq Sinaga, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Vjcakes Di Pematang Siantar”. Dengan hasil penelitian diketahui bahwa Fasilitas Pendukung memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk di toko roti Vjcakes Pematang Siantar.

### **Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah**

Berdasarkan uji-t yang dilakukan pada Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,227 > 1,67793$ ) dengan tingkat signifikansi 0,002 atau lebih kecil dari 0,05, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.

Indikator tertinggi variabel Ketersediaan Produk Saya merasa bahwa produk-produk yang ditawarkan selalu terbaru dan relevan, hal ini yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian pada produk UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur Afriani Lubis, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Oke Supermarket Tanjung Morawa”, dari hasil penelitian diketahui bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Oke Supermarket Tanjung Morawa, selanjutnya sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Muhammad Rafiq Sinaga, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Vjcakes Di Pematang Siantar”. Dengan hasil penelitian diketahui bahwa Ketersediaan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk di toko roti Vjcakes Pematang Siantar.

### **Pengaruh Fasilitas Toko Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah**

Berdasarkan dari hasil uji F (Anova) yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $45,705 > 3,20$ ), dan nilai signifikansi adalah 0,001 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur Afriani Lubis, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Oke Supermarket Tanjung Morawa”, selanjutnya (Muhammad Rafiq Sinaga, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Vjcakes Di Pematang Siantar”, dari penelitian tersebut diketahui bahwa Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian permasalahan yang ada, teori-teori yang ditinjau sebelumnya dan metodologi penelitian yang digunakan serta hasil penelitian tentang Analisis Pengaruh Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian instrument yang dilakukan menunjukkan nilai corrected item total correlation diatas nilai r kritis 0,30 yang berarti semua butir pernyataan variabel dinyatakan valid sehingga memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel Fasilitas Toko, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah .
2. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh diatas 0,6 sehingga semua alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk serta Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah.
3. Hasil pengujian normalitas dengan histogram yang berbentuk lonceng dan grafik normal PP *Plot standardized residual* menunjukkan bahwa sebuah titik-titik residual data Fasilitas Toko, Ketersediaan Produk dan Keputusan Pembelian pada *scatter plot* mengikuti data disepanjang garis diagonal, serta uji statistik *Kolmogorov Smirnov* dimana *Asymp, Sig* sebesar 0,200 > probabilitas 0,05 dan nilai *Z Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,095 < dari nilai *Z* untuk Sig 5% yaitu 1,97 sehingga dapat disimpulkan kedua data variabel berdistribusi normal.
4. Persamaan regresi yang diperoleh  $Y = 9,197 + 0,533X_1 + 0,302X_2$ , hal ini menunjukkan bahwa terjadi pengaruh pada variabel terikat (Keputusan Pembelian) yang ditentukan oleh variabel bebas Fasilitas Toko ( $X_1$ ) dengan koefisien regresi sebesar 0,533 dan sebesar 0,302 oleh variabel Ketersediaan Produk ( $X_2$ ). Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dikatakan bahwa apabila ditambahkan satu satuan variabel X (Fasilitas Toko) akan menambah peningkatan variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar koefisien regresi 0,533 dengan catatan variabel Ketersediaan Produk dan variabel lainnya yang tidak dilakukan penelitian dibuat tetap. Demikian juga apabila variabel Fasilitas Toko dan variabel lainnya dibuat tetap, sedangkan variabel Ketersediaan Produk ditambah sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,302.

5. Berdasarkan uji t (uji hipotesis) yang dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $5,133 > 1,67793$  untuk variabel Fasilitas Toko dengan nilai signifikan sebesar 0,002 dan  $3,227 > 1,67793$  untuk variabel Ketersediaan Produk dengan nilai signifikan 0,002, maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan Fasilitas Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah dan hipotesis yang kedua Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah, terbukti dan dapat diterima.
6. Berdasarkan uji F yang dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  hasil ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  45, 705 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  3, 20 dan, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ , maka dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan Fasilitas Toko dan Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UD.Cita Persada Sibuluan Kabupaten Tapanuli Tengah, terbukti dan dapat diterima.

## Referensi

- Conlon, C. T., & Mortimer, J. H. (2013). Demand estimation under incomplete product availability. *American Economic Journal: Microeconomics*, 1-30.
- Emiri, D. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Ketersediaan Produk, Harga Dan Coverage Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Pada Pengguna SimCard Simpati di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 63–79.
- Jumini, I., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam. *Jurnal Ilmiah Cor IT*, 48-93.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management person prentice Hall*. Inc. New Jersey.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi Riser untuk Bisnis dan Ekonomi.Edisi kelima.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKN : Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Muhammad Rafiq Sinaga. (2022). *Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Vjcakes Di Pematang Siantar*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nur Afriani Lubis. (2018). *Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.Penelitian ini dilakukan di Oke Supermarket Tanjung Morawa*. Medan: Universitas Medan Area.
- Pasolong, H. (2020). *Metode penelitian administrasi publik*. Repository.poliupg.
- Sopiah, S. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Sudarwati, Kustiyah, E., & Tsani, A. F. (2017). SudarwPengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus di PT. Batik Semar Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 360-372.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabeta.
- Sumayang. (2016). *Manajemen Fasilitas dalam Pelayanan Publik*.
- Tarigan, B. I., Lapian, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh diferensiasi produk, harga dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada café saroha di kota manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 491-499.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan (Edisi 1)*. Yogyakarta: Andi Offset.