

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PEMANDIAN ALAM SEJUK (PAS) MARIAH JAMBI  
(SURVEI PADA MAHASISWA SEMESTER VI TAHUN AKADEMIK 2015/2016 STIE SULTAN  
AGUNG PEMATANGSIANTAR)**

Oleh:  
Tuti Hardiyanti  
S1 Manajemen  
Darwin Lie, Efendi, Andy Wijaya

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran fasilitas, lokasi dan keputusan pembelian serta pengaruh fasilitas, lokasi dan keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Adapun sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 157 orang yaitu Mahasiswa Semester VI Tahun Akademik 2015/2016 STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi berganda, koefisien korelasi dan determinasi serta pengujian hipotesis dengan uji t.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian sudah tinggi. 2. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai  $\hat{Y} = 15,003 + 0,277 X_1 + 0,365 X_2$ , artinya terdapat pengaruh positif antara fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. 3. Sedangkan hasil analisis korelasi nilai  $r = 0,678$ , artinya terdapat hubungan yang positif antara fasilitas dan lokasi dengan keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, kemudian nilai koefisien determinasi (KD) yaitu 0,460, artinya tinggi rendahnya keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi sebesar 46,0% dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi. 4. Hipotesis penelitian  $H_0$  ditolak, artinya fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian

*Abstraction*

*The purpose of this study is to determine description of facilities, location and purchase decisions and influence of facilities, location and purchase decisions on Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.*

*This research was conducted by using descriptive analysis of qualitative and quantitative descriptive analysis. The sample used in this study is the author of 157 people that is the Student Semester VI Academic Year 2015/2016 STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Data was collected through questionnaires, interviews and documentation. The analysis technique used multiple regression analysis, correlation and determination coefficient and hypothesis testing dengan t test.*

*It can be concluded as follows: 1. The facilities and location of the purchasing decision has been high. 2. The results of multiple regression analysis obtained by value of  $Y = 15.003 + 0.277 X_1 + 0.365 X_2$ , meaning that there are positive influence between the facility and the location of the purchasing decision on Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. 3. The results of the analysis of correlation  $r = 0.678$ , meaning that there is a positive relationship between the facility and the location of the purchase decisions on Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, then the coefficient of determination (KD) is 0.460, meaning that the high and low purchasing decisions on Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi amounted to 46.0% can be explained by the facilities and location. 4. Research hypothesis  $H_0$  is rejected, meaning that the facilities and location of positive and significant impact on purchasing decisions on Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi either simultaneously or partially*

*Keywords: Facilities, Location and Purchase Decision.*

**A. PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang Masalah**

Saat ini industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar serta juga merupakan salah satu sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia. Pariwisata merupakan sebuah produk jasa yang

ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata tersebut.

Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi yang terletak di Huta Mariah Jambi, Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi,

Kabupaten Simalungun, Kota Pematangsiantar, merupakan salah satu objek wisata yang sangat diminati oleh masyarakat. Berdiri di atas lahan seluas 5 hektar Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi menawarkan berbagai fasilitas yang sangat menarik.

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang mana disediakan oleh suatu objek wisata. Suatu objek wisata yang dapat dikatakan baik, apabila objek wisata tersebut memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standart pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung. Dimensi pada fasilitas meliputi kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas, kebersihan fasilitas yang ada di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi belum sepenuhnya terjaga dengan baik karena pada umumnya para pegunjung masih membuang sampah sembarangan, selanjutnya untuk dimensi kondisi dan fungsi fasilitas pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, masih diperlukan adanya pembenahan misalnya untuk fasilitas rumah ibadah masih perlu diadakan perbaikan-perbaikan dengan penambahan kapasitas ruang ibadah dan lain-lain, kemudian dimensi kemudahan fasilitas pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi haruslah sesuai dengan kebutuhan, kemudian pada dimensi kelengkapan alat yang digunakan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi harus selalu melengkapi fasilitas yang ada agar pengunjung tidak bosan misalnya dengan menambah fasilitas wahana permainan air dan lain-lain.

Lokasi merupakan salah satu pemilihan tempat yang menentukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik seperti akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi dan juga peraturan pemerintah.

### 2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi?
- b. Bagaimana pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi baik secara simultan maupun parsial?

### 3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Keputusan Pembelian Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi baik secara simultan maupun parsial.

### 4. Metode Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian ini dilakukan di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi, Kabupaten Simalungun, Kota Pematangsiantar. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sultan Agung Pematangsiantar Semester VI Tahun Akademik 2015/2016 yang keseluruhannya berjumlah 241 Orang.

Adapun Desain penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah berupa Kuesioner, Wawancara dan Dokumentasi. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

### B. LANDASAN TEORI

#### 1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Kevin (2009:5), manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Sedangkan Menurut Boyd, et.al. (2000:18), manajemen pemasaran adalah proses menganalisa, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepkan penetapan harga, operasi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Kotler dan Kevin (2007:378), secara ringkas menguraikan masing-masing variabel *marketing mix* sebagai berikut :

- a. *Product* (Produk). Produk ialah barang dan atau jasa yang ditawarkan dipasar untuk dikonsumsi oleh konsumen.
- b. *Price* (Harga). Harga menduduki tempat yang penting karena akan menentukan penerimaan perusahaan. Dalam menentukan harus menitikberatkan pada kemampuan pembeli pada harga yang telah ditetapkan.
- c. *Place* (Tempat). Merupakan upaya agar produk yang ditawarkan berada pada tempat dan waktu yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan biaya wajar.
- d. *Promotion* (Promosi). Promosi merupakan salah satu variabel yang penting dalam pemasaran, yang merupakan suatu proses yang berlanjut.

## 2. Fasilitas

Menurut Sumayang (2003:124), menjelaskan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Tjiptono dan Gregorius (2001:184), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Sumayang (2003:124), menjelaskan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain:

- Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
- Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan
- Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah tidak asing bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
- Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

## 3. Lokasi

Menurut Heizer dan Barry (2006:410), lokasi adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah perusahaan. Menurut Tampubolon (2004:134), lokasi adalah akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan, komponen keuntungan terdiri dari biaya modal (*cost of capital*), biaya operasional (*operational expanse*), dan sumber-sumber penerimaan (*revenues*).

Menurut Kotler dan Kevin (2009:84), adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi meliputi:

- Akses.
- Visibilitas.
- Tempat parkir yang luas dan aman
- Ekspansi
- Lingkungan

## 4. Kepuasan pembelian

Menurut Kotler dan Gary (2001:226), menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut Schiffman dan Leslie (2004:289), mendefinisikan suatu keputusan sebagai

pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative.

Ada lima tahapan yang digambarkan oleh Setiadi (2003:16), dalam suatu proses pengambilan keputusan pembelian yaitu:

- Pengenalan masalah, adalah proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara yang nyata dan yang diinginkan.
- Pencarian informasi, ialah kondisi dimana seorang konsumen mencari informasi lebih lanjut.
- Evaluasi alternatif, adalah konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir.
- Keputusan pembelian, adalah pada tahap evaluasi, konsumen menyusun merek-merek dalam himpunan pilihan serta membentuk nilai pembelian.
- Perilaku pembelian, adalah perilaku sesudah pembelian terhadap suatu produk, dimana konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan

## 5. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk dapat menciptakan atau meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan dapat memilih beberapa cara misalnya dengan pemberian fasilitas dan lokasi. Pemberian fasilitas dan lokasi dilakukan untuk meningkatkan dan mendorong para pengunjung untuk dapat meningkatkan keputusan pembeliannya atau keputusan berkunjung.

Menurut Sumayang (2003:124), menyatakan unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari kelengkapan, kebersihan, kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan, kelengkapan alat yang digunakan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregorius (2001:33), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi, peraturan pemerintah. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## C. PEMBAHASAN

### 1. Analisa

#### a. Deskriptif Kualitatif

Analisa deskriptif kuantitatif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari pelanggan mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Sesudah pegujian data maka langkah selanjutnya penelitian melakukan pengkajian analisis kualitatif sebagai gambaran fenomenal dari variabel penelitian pada saat sekarang ini. Adapun penetapan

kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukan kedalam kelas-kelas interval dimana penentuan interval nya memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{(\text{jumlah kelas interval})}$$
$$= \frac{5 - 1}{5}$$
$$= \frac{4}{5}$$
$$= 0,8$$

Dari rumus di atas, diperoleh nilai interval kelas = 0,8, sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Nilai Interval dan Kategori Jawaban**

| Nilai Interval | Kategori          |                   |                     |
|----------------|-------------------|-------------------|---------------------|
|                | Fasilitas         | Lokasi            | Keputusan Pembelian |
| 1,00 - 1,80    | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Baik   |
| 1,81 - 2,60    | Tidak Baik        | Tidak Baik        | Tidak Baik          |
| 2,61 - 3,40    | Cukup Baik        | Cukup Baik        | Cukup Baik          |
| 3,41 - 4,20    | Baik              | Baik              | Baik                |
| 4,21 - 5,00    | Sangat Baik       | Sangat Baik       | Sangat Baik         |

Sumber: Data diolah

**1. Fasilitas Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi**

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan melancarkan suatu usaha. Fasilitas bukanlah merupakan satu-satunya faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata.

Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ada di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi merupakan alternatif yang diberikan pihak pengelola atau organisasi sebagai daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk melakukan kunjungannya. Pada tahap kondisi dan fungsi fasilitas yang merupakan salah satu cara pihak pengelola atau organisasi untuk dapat menjaga agar keseluruhan dari semua fasilitas yang ada di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dapat terjaga dengan baik.

Dari total jawaban responden mengenai fasilitas mendapat nilai rata-rata sebesar 3,38 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,52 dengan kriteria jawaban baik untuk dimensi kemudahan untuk indikator petunjuk penggunaan fasilitas yang telah disediakan oleh Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,04 dengan kriteria jawaban cukup baik untuk dimensi kemudahan pada indikator fasilitas khusus yang disediakan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi untuk penyandang disabilitas.

**2. Lokasi Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi**

Lokasi yang strategis adalah wilayah penempatan operasi produksi sebuah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan tersebut, karena tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Lokasi tidak terjadi dengan sendirinya tetapi ditopang oleh elemen-elemen pembentuk yang terdiri dari akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan dan kompetisi. Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi yang berlokasi tidak jauh dari pusat kota menjadi salah satu nilai tambahan, dikarenakan menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung untuk melakukan keputusan pembelian atau keputusan berkunjung disana

Dari total jawaban responden mengenai lokasi baik dari segi akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan dan kompetisi mendapat nilai rata-rata sebesar 3,40 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,62 dengan kriteria jawaban baik untuk dimensi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memiliki tempat parkir yang sangat luas. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,10 dengan kriteria jawaban cukup baik untuk dimensi kondisi jalan menuju lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

**3. Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi**

Untuk melakukan pembelian konsumen tidak terlepas dari karakteristik baik mengenai lokasi, fasilitas, penampilan, gaya, mutu, dan harga dari produk tersebut. Penetapan keputusan pembelian merupakan alternatif yang digunakan oleh konsumen dalam membeli produk sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Pengambilan keputusan pembelian berlangsung secara runtut dalam beberapa tahap sesuai dengan kriteria perilaku konsumen.

Dari total jawaban responden mengenai keputusan pembelian terdapat hasil yang berada pada rata-rata 3,50 dengan kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,73 untuk dimensi keputusan pembelian pada harga Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi relatif murah. Sedangkan nilai terendah sebesar 3,18 untuk dimensi pengenalan masalah pada indikator lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi mudah dijangkau

b. Deskriptif Kuantitatif

1) Analisa Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa regresi linier berganda. Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana X adalah fasilitas, lokasi dan Y adalah keputusan pembelian.

Analisis dijalankan dengan melakukan tabulasi jawaban responden pada kuesioner yang telah dijalankan. Maka dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS untuk memperoleh nilai a dan b dengan notasi sebagai berikut:  $\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$ .

Tabel 2  
Hasil Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1     | (Constant)                  | 15,003     | 3,421                     |
|       | Fasilitas                   | ,277       | ,140                      |
|       | Lokasi                      | ,365       | ,103                      |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data primer hasil pengolahan data SPSS Versi 20.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 diperoleh model persamaan  $\hat{Y} = 15,003 + 0,277X_1 + 0,365X_2$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi

2) Analisa Korelasi dan Determinasi

Analisa distribusi frekuensi jawaban responden menurut skor dari variabel  $X_1$  (fasilitas),  $X_2$  (lokasi) dan Y (keputusan pembelian) dimaksud sebagaimana telah dilakukan, hanyalah bermanfaat untuk memberikan informasi pendahuluan mengenai pola distribusi jawaban responden menurut skor. Selanjutnya, dilakukan perhitungan korelasi berupa derajat atau kedalaman hubungan fungsional yang menjelaskan hubungan antar perubah, dinyatakan dengan yang dinamakan koefisien korelasi yang sering disimbolkan dengan R, nilai R dapat dihitung menggunakan SPSS Versi 20. Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3  
Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,678 <sup>a</sup> | ,460     | ,433              | 3,450                      |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data primer hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS Versi 20.

Dari hasil koefisien korelasi pada tabel 3 di atas diperoleh nilai  $r = 0,678$ , yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas dan lokasi dengan keputusan

pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, sesuai dengan kriteria koefisien korelasi pada tabel 4. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,460, artinya baik tidaknya keputusan pembelian konsumen (Y) pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi sebesar 46,0% dapat dijelaskan oleh fasilitas ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ), sedangkan sisanya sebesar 54,0% dipengaruhi oleh faktor lain-lain

3) Uji Hipotesis

a) Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Fasilitas dan Lokasi) berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara bersama-sama atau simultan. Yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Jika tingkat signifikan dibawah 5% atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

Tabel 4  
Perkiraan Nilai  $F_{hitung}$   
ANOVA<sup>a</sup>

|   | Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|---|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 7282,701       | 2   | 3641,351    | 65,602 | ,000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 8547,974       | 154 | 55,506      |        |                   |
|   | Total      | 15830,675      | 156 |             |        |                   |

Berdasarkan tabel 4 di atas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 65,602 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan (0,05;2 vs 154) sebesar 3,05 atau dengan signifikan  $0,000 \leq \alpha 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi

b) Uji Parsial

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel fasilitas dan lokasi yang diuji berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program aplikasi SPSSVersi 20.Adapun pengujian positif (uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5  
Perkiraan Nilai  $t_{hitung}$   
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | B      | Std. Error | t     | Sig. |
|-------|------------|--------|------------|-------|------|
| 1     | (Constant) | 15,003 | 3,421      | 4,386 | ,000 |
|       | Fasilitas  | ,277   | ,140       | 1,984 | ,042 |
|       | Lokasi     | ,365   | ,103       | 3,572 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data primer hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS Versi 20.



Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_1$  (fasilitas) sebesar  $3,185 >$  dari  $t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$  ( $157-2-1 = 154$ ) sebesar  $1,975$  atau taraf signifikan  $0,002 \leq \alpha 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Kemudian nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_2$  (lokasi) sebesar  $6,672 >$  dari  $t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$ , ( $157-2-1 = 154$ ) sebesar  $1,975$  atau taraf signifikan  $0,000 \leq \alpha 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi

## 2. Evaluasi

### a. Fasilitas Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi

Setiap perusahaan menerapkan penetapan fasilitas yang berbeda-beda yang didasarkan atas beberapa alternatif pendukung atau penunjang untuk menetapkan fasilitas tersebut. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan melancarkan suatu usaha.

Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi menerapkan kebijakan penetapan harga yang merupakan keputusan penting untuk penjualan produk kedepannya. Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi juga menyertai fasilitas itu dengan disertai dengan keramah-tamahan yang menyenangkan wisatawan, dimana keramah-tamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden mendapat nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,38 dalam kriteria jawaban baik. Namun ada beberapa aspek walaupun dinilai baik tetapi masih ada yang dinilai dibawah rata-rata dari indikator-indikator lain.

Dimensi pertama yang pertama indikator nilai terendah pada kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas pada indikator kebersihan fasilitas yang ada di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi mendapat nilai 3,30 dalam kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat di atasi dengan selalu menjaga kebersihan dilokasi dan juga pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dapat menempatkan tempat-tempat sampah yang strategis yang dapat dijangkau oleh pengunjung.

Selanjutnya nilai terendah 3,40 terdapat pada dimensi kondisi fasilitas yang disediakan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Walaupun masih pada kriteria jawaban cukup baik, namun angka ini dapat ditingkatkan dengan cara selalu merawat dan mengganti setiap fasilitas yang mengalami kerusakan. Untuk kemudahan pada indikator fasilitas khusus yang disediakan bagi penyandang disabilitas memperoleh nilai 3,04 dengan

kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat di atasi dengan memberikan beberapa fasilitas atau area khusus yang diperuntukan bagi para penyandang disabilitas.

Kemudian untuk dimensi kelengkapan pada indikator kelengkapan fasilitas permainan air memperoleh nilai 3,38. Sama hal nya pada dimensi kelengkapan fasilitas pemancingan, hal ini dapat di atasi dengan meningkatkan fasilitas di kedua tempat tersebut. Dari evaluasi harga di atas dapat diambil kesimpulan jika semua hal-hal di atas sudah berada pada nilai dengan kriteria jawaban baik. Sebenarnya pihak pengelola Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi sudah cukup benar dalam hal penerapan kebijakan fasilitas yang disediakan. Namun apabila beberapa hal di atas dapat di atasi dan ditingkatkan lagi, tentunya jawaban responden bisa meningkat dari baik menjadi sangat baik. Karena masing-masing kebijakan penerapan fasilitas memiliki kelebihan dan kekurangannya

### b. Lokasi Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Beberapa dimensi dari lokasi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan dan kompetisi yang ada pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi yang dikatakan baik dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, secara keseluruhan dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban baik.

Dari nilai rata-rata di atas ada beberapa indikator dari akses pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi yang harus menjadi perhatian. Dari perhitungan rata-rata jawaban responden diperoleh nilai cukup baik, yang pertama paling rendah adalah lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi mudah dijangkau memperoleh nilai 3,32. Karna untuk mencapai lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi para pengunjung harus melewati perkebunan milik PTPN IV Bah Jambi terlebih dahulu dengan kondisi jalan yang masih berupa tanah bebatuan.

Selanjutnya pada dimensi visibilitas pada indikator Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi terlihat jelas dari tepi jalan memperoleh nilai 3,25. Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memang tidak terlihat jelas dari pinggir jalan para pengunjung harus menempuh sekitar 2 km dari jalan Asahan. Lalu pada dimensi lalu lintas untuk indikator kondisi jalan menuju lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memperoleh nilai dibawah rata-rata yaitu 3,10. Untuk mengatasinya adalah diharapkan adanya kerja sama yang baik antara pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dengan pihak

PTPN IV Bah Jambi dan juga pemerintah daerah setempat agar melakukan perundingan agar permasalahan jalan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk dimensi tempat parkir dengan indikator keamanan tempat parkir di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memperoleh nilai 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik. Cara mengatasinya adalah memberikan atau menempatkan sejumlah petugas-petugas keamanan yang dapat menjaga sekaligus mengatur keamanan dan ketertiban di sekitar lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Untuk dimensi ekspansi dalam indikator adanya tempat perluasan lokasi di Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memperoleh nilai 3,44 dengan kriteria jawaban baik, walaupun nilai yang diperoleh sudah di atas rata-rata namun pihak pengelola Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi harus tetap mengadakan perluasan lokasinya hal itu diharapkan agar pengunjung puas dengan lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

Selanjutnya pada dimensi lingkungan dengan indikator lingkungan sekitar Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi aman, memperoleh nilai 3,28 dengan kriteria jawaban cukup baik. Cara mengatasinya adalah diharapkan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dapat berkerjasama dengan pihak berwajib untuk bersama-sama menjaga keamanan lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Yang terakhir pada dimensi kompetisi dalam indikator jarak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dengan lokasi pesaing sejenis, memperoleh nilai 3,32 dengan kriteria jawaban cukup baik. Walaupun lokasi pesaing tidak terlalu jauh hanya sekitar 4 km dari lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, di harapkan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dapat selalu menjaga kualitas untuk dapat memenangkan persaingan tersebut.

Dalam hal ini jawaban dari responden sudah pada kriteria jawaban baik. Namun pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi harus lebih meningkatkan lagi segala aspek yang berhubungan dengan lokasi. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen tentang kestrategisan lokasi yang ditawarkan, diharapkan perusahaan ataupun organisasi memprioritaskan elemen-elemen dari lokasi dalam mengenali dan mengingat kembali kestrategisannya.

### **c. Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi**

Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku

alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya. Indikator keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi sudah dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden dengan nilai keseluruhan rata-rata di 3,50 dengan kriteria jawaban baik.

Namun tentunya ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan karena nilainya masih dibawah rata-rata dari masing-masing dimensi. Nilai paling rendah pertama yaitu untuk dimensi pengenalan masalah dengan nilai 3,18 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat di atasi pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dengan cara membangun infrastruktur jalan menuju lokasi sehingga hal tersebut akan dapat memangkas jarak tempuh atau waktu perjalanan menuju kelokasi menjadi sangat mudah.

Kemudian dimensi pencarian informasi yaitu pada indikator informasi mengenai Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi bersumber dari surat kabar mendapat nilai rata-rata 3,34. Langkah-langkah yang harus diambil oleh pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dalam mengatasi hal tersebut dengan cara memanfaatkan media-media sebagai alat promosi baik itu media cetak ataupun media elektronik sehingga mempermudah para pengunjung untuk mendapatkan informasi tentang Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Selanjutnya pada dimensi evaluasi alternatif untuk indikator Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi telah sesuai dengan yang diharapkan pengunjung memperoleh nilai rata-rata 3,41 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara melakukan riset sederhana untuk mengetahui keinginan atau harapan pengunjung untuk Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

Pada dimensi keputusan pembelian untuk indikator promosi yang dilakukan oleh Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memperoleh nilai rata-rata 3,31. Hal ini dapat di atasi dengan cara meningkatkan promosi dari pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi dengan cara memanfaatkan media cetak ataupun media elektronik sebagai sarana dan prasarana penunjang. Yang terakhir pada dimensi evaluasi paska pembelian dengan indikator mengunjungi kembali Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memperoleh nilai 3,48. Cara mengatasinya adalah memberikan pelayanan dengan semaksimal mungkin dengan cara melengkapi keseluruhan fasilitas yang ada dengan begitu rasa terpuaskan pengunjung akan meningkat dan akan mempengaruhi tingkat pembelian berulang nantinya.

Dari evaluasi keputusan pembelian konsumendi atas dapat diambil kesimpulan jika semua hal-hal di atas sudah berada pada nilai dengan kriteria jawaban baik. Sebenarnya

perusahaan atau organisasi sudah cukup benar dalam hal mempertahankan keputusan pembelian konsumen. Namun apabila beberapa hal di atas dapat di atasi dan ditingkatkan lagi, tentunya jawaban responden bisa meningkat dari setuju menjadi sangat setuju. Perusahaan diharapkan mampu mengidentifikasi setiap kebutuhan dan harapan pengunjung sehingga perusahaan dapat mengambil alternatif untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan pengunjung tersebut.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang fasilitas nilai rata-rata fasilitas yang diberikan responden berada pada 3,38 dengan kriteria jawaban baik. Nilai tertinggi 3,52 pada kriteria jawaban baik yaitu pada dimensi kemudahan untuk indikator petunjuk penggunaan fasilitas yang telah disediakan oleh Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Untuk nilai terendah 3,04 dengan kriteria jawaban cukup baik pada dimensi kemudahan pada indikator fasilitas khusus yang disediakan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi untuk penyandang disabilitas.
- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban baik. Rata-rata tertinggi 3,62 dengan kriteria jawaban baik yaitu pada dimensi tempat parkir pada indikator Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi memiliki tempat parkir yang sangat luas. Untuk nilai terendah 3,10 dengan kriteria jawaban baik pada dimensi lalu lintas pada indikator kondisi jalan menuju lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.
- Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata 3,50 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,66 dengan kriteria jawaban baik pada indikator pengenalan masalah pada dimensi kebutuhan akan keberadaan Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,18 dengan kriteria jawaban baik juga terletak pada indikator pengenalan masalah pada dimensi lokasi Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi mudah dijangkau.
- Hasil analisis regresi berganda diperoleh  $\hat{Y} = 15,003 + 0,277X_1 + 0,365X_2$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.
- Hasil analisis korelasi diperoleh nilai  $r = 0,678$  artinya terdapat hubungan yang sedang dan positif antara fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada

Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Diperoleh nilai koefisien determinasi ( $KD$ ) sebesar 0,460 artinya tinggi rendahnya keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi sebesar 46,0% dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi, sedangkan sisanya 54,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti struktur harga, kualitas pelayanan dan lain-lain.

- Hasil uji hipotesis secara simultan dilihat pada var iabel fasilitas ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,1185 atau signifikansi  $0,005 \leq \alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi. Variabel lokasi ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,672 atau signifikansi  $0,000 \leq \alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

### 2. Saran

- Untuk meningkatkan fasilitas pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi, penulis menyarankan agar para pengelola atau organisasi dapat selalu memberikan atau melengkapi fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelanggan atau pengunjung, jika fasilitas tersebut telah terpenuhi diharapkan juga untuk semua pihak agar dapat merawat dan menjaga fasilitas tersebut agar adap selalu digunakan setiap saat. Khususnya untuk fasilitas khusus bagi penyandang disabilitas agar ditingkatkan lagi.
- Untuk maningkatkan lokasi pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi perlu dilakukan dengan sepenuh hati, terutama bagi indikator-indikator yang masih berada dibawah rata-rata, diharapkan juga bagi pihak pengelola Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.
- Untuk keputusan pembelian dalam hal ini adalah pemilihan sebagai tempat atau objek wisata, di harapkan para pengelola Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi melengkapi semua baik sarana maupun prasarana, fasilitas dan sebagainya agar dapat meningkatkan minat para pengunjung untuk datang dan menikmati objek wisata yang telah disediakan oleh pihak Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Boyd. Et. al. 2000. **Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Jakarta: Erlangga.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2006. **Manajemen Operasi**. Edisi 7. Jakarta: Salemba.



- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ke-12. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- ....., 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 1, 2 Jilid-2 PT. Indeks: Jakarta.
- Smayang, L. 2003. **Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi**. Jakarta: Salemba.
- Tampubolon, P. Manahan. 2004. **Manajemen Operasional**. Edisi Pertama. Jakarta: Galia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2001. ***Service Quality and Satisfaction***. Yogyakarta: Andi.