

Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko UKM Moment Di Sidomulyo.

Winda Lely Anggraini¹ Umar Sanusi²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Abstract

Perkembangan bisnis saat ini semakin berkembang, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mempertahankan eksistensi, tetapi juga terus berinovasi agar tetap relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko UKM Moment di Sidomulyo baik secara parsial maupun simultan. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode survei dengan teknik *non-probability sampling* dan *sampling insidental/accidental sampling*, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara Offline atau Angket. Sampel penelitian terdiri dari 84 responden yang merupakan konsumen Toko UKM Moment di Sidomulyo. Data dianalisis menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Data Kuantitatif, serta Uji Hipotesis dengan bantuan SPSS 25. Berdasarkan Hasil analisis secara parsial bahwa variabel Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar $5,942 > t_{tabel} 1,66365$, dan variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar $4,734 > t_{tabel} 1,66365$. Hasil uji hipotesis dibuktikan bahwa secara simultan $F_{hitung} 45,975 > f_{tabel} 3,11$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel Suasana Toko (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) baik secara parsial maupun simultan

Keywords: Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Copyright (c) 2025 Surian¹

✉ Corresponding author :

Email Address : wanggrni@gmail.com¹, umarsanusi.romli@gmail.com²

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya menjaga eksistensinya, tetapi juga terus berinovasi guna menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi konsumen. Bisnis ritel, sebagai sektor yang sangat dinamis, menghadapi tantangan untuk mempertahankan daya saing melalui pendekatan yang berorientasi pada konsumen. Penelitian ini menyoroti pentingnya suasana toko dan lokasi usaha sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam konteks toko fisik seperti UKM Moment di Sidomulyo. Suasana toko yang nyaman dan lokasi yang strategis diyakini mampu memberikan pengalaman emosional dan kemudahan akses yang mendorong intensi pembelian (Hussain & Ali, 2015; Tjiptono, 2019).

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen dan pemulihan ekonomi pasca-pandemi.

Berdasarkan data Bank Indonesia (2025), indeks penjualan ritel meningkat dari kisaran 170–180 pada tahun 2021 menjadi 210–211 di akhir tahun 2024. Dalam konteks ini, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mempertahankan eksistensi, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik melalui inovasi strategi pemasaran. Toko ritel seperti UKM Moment di Sidomulyo menjadi salah satu contoh usaha kecil yang mencoba menjawab tantangan tersebut dengan mengandalkan suasana toko dan lokasi sebagai daya tarik konsumen.

Dalam praktiknya, keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh harga atau kualitas produk, tetapi juga oleh aspek lingkungan toko dan kemudahan akses. Suasana toko yang menyenangkan, pencahayaan yang baik, serta lokasi yang strategis dinilai dapat memberikan dampak psikologis yang positif bagi konsumen (Fahimah, 2015; Tjiptono, 2019). Meski demikian, belum banyak penelitian lokal yang secara khusus menguji pengaruh kedua faktor ini terhadap perilaku konsumen pada toko ritel berskala UMKM, khususnya di daerah seperti Sidomulyo.

UKM Moment di Sidomulyo merupakan contoh pelaku usaha ritel yang memanfaatkan suasana toko dan lokasi strategis sebagai daya tarik utama. Sejak berdiri pada tahun 2022, toko ini menunjukkan respons positif dari konsumen lokal karena mampu menciptakan lingkungan belanja yang nyaman dan ramah. Namun, belum terdapat kajian empiris yang menguji secara langsung sejauh mana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen di lokasi tersebut.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh dua variabel independen, yaitu suasana toko dan lokasi, terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh hasil yang terukur dan dapat diuji secara statistik, sehingga dapat memberikan kesimpulan objektif mengenai hubungan antar variabel.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu Toko UKM Moment yang berlokasi di Jl. Sidomulyo Raya, Kecamatan Sidomulyo, Kabupaten Lampung Selatan. Toko ini dipilih karena merupakan salah satu pelaku usaha ritel lokal yang berkembang pesat dan relevan dengan fokus penelitian, yaitu suasana toko dan lokasi sebagai faktor penentu perilaku pembelian konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko UKM Moment. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus Hair et al. Yaitu 5-10 responden per indikator, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 84 responden. pengambilan sampel berdasarkan konsumen yang kebetulan hadir dan bersedia mengisi kuesioner yang dianggap mewakili karakteristik konsumen toko tersebut.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Tahapan analisis mencakup uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis parsial (uji t) dan simultan (uji F). Metode ini digunakan untuk

mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap keputusan pembelian, baik secara terpisah maupun bersamaan. Hasil analisis digunakan untuk menarik kesimpulan atas hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Factors Influencing Repurchase Decision

HASIL DAN PEMBEHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang di gunakan untuk mengukur apa yang diukur. (Imam ghozali, 2011). Pengujian validitas dilakukan pada 84 responden. Dengan rumusnya adalah $df = (N - 2)$ maka $df = 84 - 2 = 82$, dengan nilai α sebesar 0,05 (5%), yang menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,2061.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

NO	Indikator Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Suasana Toko (X1)			
	Item 1	0,827	0,2146	Valid
	Item 2	0,827	0,2146	Valid
	Item 3	0,851	0,2146	Valid
	Item 4	0,892	0,2146	Valid
2	Lokasi (X2)			
	Item 1	0,846	0,2146	Valid
	Item 2	0,867	0,2146	Valid
	Item 3	0,741	0,2146	Valid
	Item 4	0,719	0,2146	Valid
3	Keputusan Pembelian (Y)			
	Item 1	0,835	0,2146	Valid
	Item 2	0,888	0,2146	Valid
	Item 3	0,853	0,2146	Valid
	Item 4	0,861	0,2146	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 1. dapat dijelaskan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} untuk sampel sebanyak 84 responden yaitu 0,2146. Dari hasil tersebut bahwa semua indikator dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau keajengan suatu alat ukur yang digunakan, di mana akan selalu didapatkan hasil yang sama setiap alat ukur tersebut digunakan (Riyanto & Hartamawan, 2020). Menurut Ghozali dalam (Riyanto & Hatmawan, 2020). Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan.

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Reliabilitas suatu konstruk *variabel* dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,600.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,871	0,600	Reliabel
Lokasi (X2)	0,806	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,884	0,600	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* 0,600 dan semua variabel baik independen maupun dependen didalam penelitian adalah reliabel/handal karena nilai *Alpha* >0,600 maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian telah memenuhi uji reliabilitas (konsisten dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji Normalitas

Uji normalitas, merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal atau tidak (Sintia *et al.*, 2022). Untuk mendapatkan hasil yang valid dari uji asumsi klasik, maka perlu diketahui apakah data tersebut sudah berdistribusi normal Uji normalitas dapat diukur dengan *test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit* dengan kaidah keputusan jika signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (taraf kesalahan 5%) maka dapat dikatakan data tersebut normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2.61286907
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.064
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (1-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 3. diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji normalitas menggunakan *test Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit* dapat dijelaskan bahwa nilai signifikasi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$, maka model regresi dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan apakah terdapat gejala korelasi antara variabel –variabel bebas (Purba *et al.*, 2021) jika berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapat nilai Tolerance $> 0,01$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.437	2.125		3.029	.003		
	Suasana Toko (X1)	0.294	0,111	0.279	2.637	0.010	0.874	1.144
	Lokasi (X2)	0.301	0.116	0.274	2.590	0,011	0,874	1,144
a. Dependent Variable: Total Y								

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025).

Berdasarkan Tabel 4. dapat dijelaskan bahwa Uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIP yaitu Suasana Toko (X1) 1.144, Lokasi (X2) 1.144 dalam hal ini tidak terdapat permasalahan multikolineartas antar variable bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Purba *et al.*, 2021), Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan uji *glesjser*. Apabila tingkat signifikansi berada di atas 0,05 maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.823	783		2.328	.022
	Suasana Toko (X1)	.041	.044	.109	.929	.355
	Lokasi (X2)	-.075	.042	-.213	-1.810	.074
Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 5. dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas (Suasana Toko, dan Lokasi) memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X1, X2) dan satu variabel terikat (Y) (Rahmatullah *et al.*, 2023). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.632	1.265		3.661	<.001
	Suasana Toko (X1)	.422	.071	.488	5.942	<.001
	Lokasi (X2)	.319	.067	.389	4.734	<.001

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa dari persamaan regresi linier berganda.

$$Y = 4.632 + 0,422X_1 + 0,319X_2$$

Variabel bebas (Suasana Toko, Lokasi) berpengaruh positif terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

- Berdasarkan hasil tabel 6. diperoleh nilai konstanta sebesar 4.632 yang menunjukkan bahwa variabel mengalami pertambahan, Sehingga apabila variabel Suasana Toko (X1) bertambah 1 unit maka proses Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0,422.
- Berdasarkan hasil tabel 6. nilai konstanta sebesar 4.632 yang menunjukkan bahwa variabel mengalami pertambahan, Sehingga apabila variabel Lokasi (X2) bertambah 1 unit maka proses Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0,319.

Uji Korelasi Berganda

Korelasi berganda (*multiple correlation*) merupakan analisis yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersamaan atau lebih dengan satu variabel dependen (Zahriyah *et al.*, 2021).

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Berganda

Correlations				
		Total_X1	Total_X2	Total_Y
Total_X1	Pearson Correlation	1	.376**	.634**

	Sig. (1-tailed)		<.001	<.001
	N	84	84	84
Total_X2	Pearson Correlation	.376**	1	.572**
	Sig. (1-tailed)	<.001		<.001
	N	84	84	84
Total_Y	Pearson Correlation	.634**	.572**	1
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001	
	N	84	84	84

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan tabel 7. analisis korelasi berganda secara parsial berdasarkan output SPSS 25 diinterpretasikan sebagai berikut:

- Berdasarkan nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) diketahui r_{hitung} untuk hubungan Suasana Toko (X1) dengan proses Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,634, berdasarkan Tabel 3.3 Tabel Interpretasi Nilai (R) nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,60 – 0,799 yang berarti tingkat hubungan Suasana Toko terhadap proses Keputusan Pembelian termasuk pada tingkat hubungan yang **Kuat**.
- Berdasarkan nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) diketahui r_{hitung} untuk hubungan Lokasi (X2) dengan proses Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,572, berdasarkan Tabel 3.3 Tabel Interpretasi Nilai (R) nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,40 – 0,599 yang berarti tingkat hubungan Lokasi terhadap proses Keputusan Pembelian termasuk pada tingkat hubungan yang **Sedang**.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0-1.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.729 ^a	.532	.520	1.668	.532
a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1					
b. Dependent Variable: Total Y					

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 8. dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,532 hal ini berarti 53,2% Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel Suasana Toko dan Lokasi sedangkan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Menurut Sahir, S. H. (2021) Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria untuk Uji t adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Taraf signifikan dalam penelitian ini digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.632	1.265		3.661	<.001
	Suasana Toko (X1)	.422	.071	.488	5.942	<.001
	Lokasi (X2)	.319	.067	.389	4.734	<.001

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Suasana Toko (X1)

Hasil uji t_{tabel} untuk Variabel Suasana Toko (X1) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5.942$ dengan tingkat signifikansi $< 0,001$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66365, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_0 **ditolak** dan hipotesis 1 (H1) **diterima**.

b. Variabel Lokasi (X2)

Hasil uji t_{tabel} untuk Variabel Lokasi (X2) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4.734 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66365, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_0 **ditolak** dan hipotesis 2 (H2) **diterima**.

Uji Simultan (f)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah Pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan Tahitu *et al.*, (2024). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi dari variabel X_1 , X_2 , dan secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225.977	2	127.989	45.957	<.001 ^b
	Residual	225.582	81	2.785		
	Total	481.560	83			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dijelaskan bahwa analisis varian (ANOVA) dengan nilai f_{hitung} yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi variabel Suasana Toko dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Dari perhitungan didapat f_{hitung} sebesar 45.957 dengan tingkat signifikan 0,05 dan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 81$ di dapat nilai f_{tabel} 3,11 karena nilai f_{hitung} 45.957 > nilai f_{tabel} 3,11 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Suasana Toko dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) Pada Toko UKM Moment di Sidomulyo. Sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 (H3) **Diterima**.

PEMBAHASAN

Dari hasil kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden diperoleh bahwa dari tiga variabel independen yaitu Suasana Toko dan Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko UKM Moment. Dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Toko UKM Moment di Sidomulyo, hasil ini menunjukkan penilaian yang baik, dengan demikian pengujian hipotesis diperoleh Hasil uji t pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada tabel 4.18 diperoleh t_{hitung} sebesar 5,942 > dari t_{tabel} 1,66365 dan nilai signifikansi sebesar < 0,001 Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 **ditolak** dan H_1 **Diterima**. Dapat disimpulkan Suasana Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko UKM Moment, hasil ini menunjukkan penilaian yang baik, dengan demikian pengujian hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} 4,734 tingkat signifikansi < 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t_{tabel} sebesar 1,66365 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti H_0 **ditolak** hipotesis 2 (H2) **Diterima**. Arah koefisien regresi positif yang signifikan berarti bahwa Lokasi berpengaruh positif pada Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas (Suasana toko dan Lokasi) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) Pada Toko UKM Moment di Sidomulyo, hasil ini menunjukkan penilaian yang baik, dengan demikian pengujian hipotesis diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 45,957 dengan tingkat signifikan 0,05 dan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 81$ di dapat nilai f_{tabel} 3,11 karena nilai f_{hitung} 45,957 > nilai f_{tabel} 3,11 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Suasana Toko dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Pada Toko UKM Moment di Sidomulyo. Sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 (H3) **Diterima**.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian. Nilai t_{hitung} sebesar 5.942 > dari t_{tabel}

1,66365 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi suasana toko, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Hasil uji hipotesis kedua telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Nilai t_{hitung} sebesar 4.734 tingkat signifikansi $< 0,001$, menegaskan bahwa lokasi yang strategis dapat mendorong konsumen untuk membeli
3. Hasil uji hipotesis ketiga telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Suasana Toko dan Lokasi terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. F_{hitung} sebesar 45.975 $>$ nilai f_{tabel} 3,11 dengan signifikansi $< 0,001$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga Suasana Toko dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen Toko UKM Moment di Sidomulyo.

References :

- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (2021). *The influence of store environment on quality inferences and store image*. Journal of the Academy of Marketing Science, 30(4), 328–341. <https://doi.org/10.1177/0092070302304002>
- Fahimah, N. (2015). *Pengaruh Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen di Toko X*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 7(2), 56–64.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Novitasari, D. (2023). *Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ritel Modern*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 10(1), 45–52.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Afiani, D. (2019). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Stars*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 7(3).
- Aini, Zahratul, *„Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Pt. (Perusahaan Listrik Negara) Pln Persero Di Kecamatan Tanjung Lombok Utara)“*, 8.5 (2019), 55 Alfabeta
- Alma, Buchori (2007) *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa Bandung* : Alfabeta.
- C. DATA, “Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel,” *ceicdata.com*, 2023, <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-salesgrowth#:~:text=Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan,-03%2C dengan 147 observasi.> (accessed Dec. 12, 2022).
- Fahimah, F. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 25 Step by step: A Simple Guide and Reference* (14 ed.). New York: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781315545899>
- Informatika UC. (2022). *Uji Normalitas dan Penelitian Kuantitatif*. Diakses dari [Informatika UC](#).
- Informatika UC. (2022). *Uji Normalitas dan Penelitian Kuantitatif*. Diakses dari [Informatika UC](#).
- Juliandi, A., Irfan, M., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.