



**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH  
SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh :**

**FITRI HAMSANI LUBIS**  
**NIM. 12 230 0003**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**TAHUN  
2017**



**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP  
PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH  
SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:  
FITRI HAMSANI LUBIS  
NIM. 12 230 0003**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**TAHUN**

**2017**



**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH  
SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE.)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**FITRI HAMSANI LUBIS**

**NIM. 12 230 0003**

**Pembimbing I**

**Dr. Ikhwanudin Harahap, M. Ag**  
NIP. 19750103 200212 1 001

**Pembimbing II**

**Delima Sari Lubis, M.A**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**TAHUN**

**2017**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi

a.n. **FITRI HAMSANI LUBIS**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 29 Desember 2016

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

*Asslamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi atas nama **FITRI HAMSANI LUBIS** yang berjudul: **PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

PEMBIMBING I

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

Delima Sari Lubis, M. A  
NIP. 19840512 2014032 002

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FITRI HAMSANI LUBIS  
NIM : 12 230 0003  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exsclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 29 Desember 2016

Yang menyatakan



FITRI HAMSANI LUBIS

**PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FITRI HAMSANI LUBIS  
NIM : 12 230 0003  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 29 Desember 2017  
Pembuat Pernyataan,

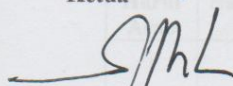
  
  
**FITRI HAMSANI LUBIS**  
NIM : 12 230 0003

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

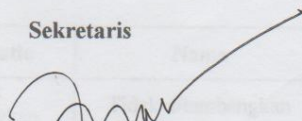
NAMA : FITRI HAMSANI LUBIS  
NIM : 12 230 0003  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAHMAT SYARIAH  
SWALAYAN PADANGSIDIMPUNAN

Ketua



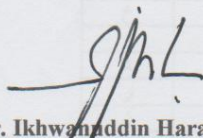
Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

Sekretaris

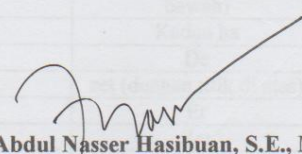


Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

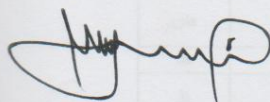
Anggota



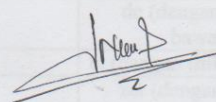
Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001



Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si  
NIP. 19790525 200604 1 004



Mudzakkir Khotib Siregar, M.A  
NIP. 19721121 199903 1 002



Nofinawati, M.A  
NIP. 19821116 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan  
Tanggal/Pukul : 24 Maret 2017/09.00 – 11.10 WIB  
Hasil/Nilai : 73,5/B  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,16  
Predikat : AMAT BAIK



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI**  
**RAHMAT SYARIAH SWALAYAN**  
**PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : FITRI HAMSANI LUBIS**  
**NIM : 12 230 0003**

*Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas*

*Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar*

*Sarjana Ekonomi (S.E)*

*Dalam bidang Ekonomi Syariah*

Padangsidempuan, Mei 2017

Dekan,



*[Signature]*  
**Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
**NIP. 19731128 200112 1 001**



## ABSTRAK

**Nama** : FITRI HAMSANI LUBIS  
**Nim** : 12 220 0003  
**Judul** : Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan  
**Kata Kunci** : Pengaruh, Lokasi dan pelayanan, Keputusan Pembelian

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran harus memberikan kesan yang baik dimata konsumen, dimana perusahaan memberikan pelayanan serta produk berupa barang dan jasa yang terbaik dan memiliki lokasi yang strategis sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk dan jasa untuk memberikan kepuasan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Dan tujuannya untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Di dukung dengan teori-teori yang berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi tentang manajemen pemasaran, yaitu lokasi, pelayanan dan keputusan pembelian serta penjelasan pelayanan dan keputusan pembelian dalam perspektif Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala likert, dalam hal ini angket di berikan pada responden konsumen Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan, kemudian diolah dengan bantuan SPSS Versi 22,0.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi adalah  $t_{hitung} = -0,617$  dan  $t_{tabel} 1,985$ . Maka diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-0,617 < 1,985$ . Maka tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel pelayanan  $t_{hitung} = 3,986$  dan  $t_{tabel} = 1,985$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,986 > 1,985$ . Maka memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan  $R^2$  sebesar 0,159, pengaruh variabel lokasi dan pelayanan memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 19,5%. Sedangkan sisanya sebesar 84,1% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikumWr. Wb

Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur hanyalah milik Allah SWT Sang *Khaliq*, yang telah memberikan rahmat sebagai bentuk kasih sayang-Nya dan menjadikan pergantian siang dan malam sebagai bahan renungan bagi orang yang mempunyai akal sebagai bentuk dari hidayah-Nya, sehingga dengan segala petunjuk dan *'inayah*-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya shalawat beriringkan salam peneliti persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang di utus untuk menyempurnakan akhlak manusia sekaligus menjadi suritauladan bagi segenap manusia yang syafa'atnya sangat diharapkan di kemudian hari.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu dalam memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Lengkap (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan. Maka peneliti menyusun skripsi dengan judul :“Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan”.

Sepanjang proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari banyak mengalami hambatan atau kendala yang harus dijalani, namun berkat do'a, semangat dan dorongan dari berbagai pihak baik berupa dukungan material dan spiritual akhirnya hambatan tersebut dapat teratasi dengan lancar dan tepat waktu.

Untuk itu dengan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam penelitian skripsi ini:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, serta Bapak Drs. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Bapak

Aswadi Lubis, S.E., M.Si, Bapak Drs. Syamsuddin Pulungan, M.Ag, selaku Wakil Rektor I, II dan III.

2. Bapak Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
3. Bapak Ibu Wakil Dekan, Bapak Darwis Harahap, S.HI. M.Si, selaku wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani, M.Ag, selaku wakil Dekan bidang Administrasi dan Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, selaku wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Bapak Isa, ST.MM, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
5. Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan masukan, arahan dan ilmu yang bermanfaat.
8. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu kelancaran administrasi.
9. Bapak Amin Hasan Nasution selaku pemilik Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan, Bapak Riswal Huddin Siregar selaku Pimpinan Perusahaan, Bapak Ari Firmansyah selaku Supervisor dan beserta Staff yang telah membantu membimbing dalam melaksanakan Penelitian ini.

10. Teristimewa terima kasih sedalam-dalamnya kepada Ayahanda Syahmuddin Lubis dan Ibunda Nuraisyah Dalimunthe tercinta yang telah mendidik dan membimbing peneliti sampai saat ini. Serta kakak satu-satunya Rahmayani Lubis dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terkhusus teman-teman (Hawani Ritonga, Ahri Ani Siregar, Nuraini Piliang, Juni Kurniati, Nurindom Hasibuan Harida Zarti Sikumbang, Dahriani Hasibuan, Minta Ito Harahap) dan teman-teman ES-1 semester I dan II dulu, serta ES-4 Manajemen Bisnis semester III-VIII, serta seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2012 FEBI yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Terima kasih kepada teman-teman KKL angkatan XL pada tanggal 27 Juli sampai 02 September 2015 di Desa Aek Uncim Kec. Tantom Angkola Kab. Tapanuli Selatan.
13. Terima kasih kepada teman magang pada tanggal 01-24 Oktober 2015 pada PT. PELINDO I (PERSERO) CABANG SIBOLGA.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai hasil sebagaimana yang diharapkan, yaitu kesempurnaan baik dari segi isi, bahasa maupun segi analisa dan sistematika pembahasannya. Karenanya peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang konstruktif dari pembaca demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan para pembacanya, dan semoga Allah SWT meridoinya dan melimpahkan rahmat-Nya, sehingga terasa berkah dan manfaatnya kepada kita semua.

Amin.

Padangsidempuan, Desember 2016  
Peneliti,

Fitri Hamsani Lubis  
12 230 0003

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **4. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi



ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH</b>	
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	11
1. Keputusan Pembelian .....	11
2. Lokasi.....	16
3. Pelayanan .....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Berpikir .....	27
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
B. Jenis Penelitian .....	31
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data .....	36

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
1. Sejarah Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.....	43
2. Tugas dan Tanggung jawab .....	47
3. Visi dan Misi .....	48
B. Hasil Penelitian .....	48
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Normalitas .....	51
4. Uji Linieritas .....	52
5. Uji AsumsiKlasik .....	53
a. Uji Multikoleneartitas .....	53
b. Uji Heteroskedasitas .....	54
c. Uji Autokorelasi .....	55
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
8. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji t .....	58
b. Uji F .....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
D. Keterbatasan Penelitian .....	63

## **BAB V PENUTUP DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	66

**DAFTAR PUSTAKA**  
**CURICULUM VITAE**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	: Skala Likert .....	35
Tabel 4.1	: Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ ) .....	49
Tabel 4.2	: Uji Validitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	49
Tabel 4.3	: Uji Validitas Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	50
Tabel 4.4	: Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.5	: Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.6	: Uji Linearitas Lok dan Kp .....	52
Tabel 4.7	: Uji Linearitas Pel dan Kp .....	53
Tabel 4.8	: Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.9	: Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.10	: Uji Autokorelasi .....	55
Tabel 4.11	: Uji Regresi Linier Berganda .....	56
Tabel 4.12	: Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
Tabel 4.13	: Uji t.....	58
Tabel 4.13	: Uji F.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4.1: Struktur Organisasi .....	46
Gambar 4.2: Uji Heteroskedasitas .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi
- Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Pelayanan
- Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 5 R Tabel
- Lampiran 6 F Tabel
- Lampiran 7 T Tabel
- Lampiran 8 Durbin\_Watson

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan dalam membeli produk atau barang dan jasa. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Pada intinya, meskipun pemasaran sering mengacu pada pilihan objek (produk, pelayanan, atau lokasi).

Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih pilihan atau alternatif. Dengan kata lain, pilihan atau alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pilihan antara merek X dan merek Y, atau pilihan waktu untuk mengerjakan A atau B, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan.<sup>1</sup> Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu dengan adanya lokasi yang strategis, pelayanan yang memuaskan konsumen, harga yang terjangkau, produk yang dipasarkan cukup bagus dan sebagainya.

Kurangnya perhatian terhadap penelitian konsumen sudah disadari sejak dahulu. Banyak perusahaan yang ingin mengetahui kebutuhan dan tanggapan konsumen terhadap produk yang dikonsumsinya. Oleh karena itu,

---

<sup>1</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007) , hlm. 485.

perusahaan melakukan berbagai macam riset, baik untuk melihat tingkat kepuasan konsumen, maupun tanggapan dan pandangan mereka terhadap produk-produk yang dijual dipasaran. Bagi seorang manejer, banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk mengambil sebuah keputusan dalam waktu yang cepat terkait dengan produk yang dipasarkan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para perusahaan baik itu perusahaan barang ataupun perusahaan jasa dalam rangka mengembangkan usahanya, untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran harus memberikan kesan yang baik dimata konsumen, dimana perusahaan memberikan pelayanan serta produk berupa barang dan jasa yang terbaik sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk dan jasa untuk memberikan kepuasan. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan penentuan lokasi. Lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan perusahaan.

Keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih lokasi yang strategis, antara lain dipengaruhi oleh: kedekatan dengan pasar, perumahan, perkantoran, mudah dicari, dan tidak perlu membuang energi yang besar untuk



mencapainya. Lokasi yang sangat cocok tentu dekat dengan keramaian, seperti persimpangan jalan.

Kehadiran Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat Kota Padangsidempuan. Kondisi ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih tempat perbelanjaan. Masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan dan semua ini ada pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama perusahaan. Demikian juga halnya dengan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dalam jumlah yang cukup besar dan beragam.

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan memiliki konsumen (mereka yang membeli, menggunakan, atau mendapatkan manfaat dari apapun yang diperjualkan atau dihasilkan oleh perusahaan) dan melayani konsumen merupakan hal paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan. Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka manajemen pemasaran Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan berupaya memberikan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Kepuasan pelanggan yang diberikan

perusahaan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Salah satu kasir (Listia Ningsih) Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan memberikan prakiraan bahwa konsumen yang datang atau yang berkunjung setiap harinya rata-rata 100 orang.<sup>2</sup> Peneliti juga melakukan wawancara kepada 3 konsumen yang sedang berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sebagai bahan penelitian terdahulu atau survei awal.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan konsumen adalah sebagai berikut: Menurut ibu Hj. Indri penyediaan produk-produk di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan lengkap dan penempatannya juga sangat bagus. Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan dengan cara yang sopan dan ramah. Sedangkan dengan lokasi swalayan, meskipun jauh beliau tetap memilih berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan karena mudah dijangkau.

Sementara itu, menurut bapak Hendra penyediaan produk sangat lengkap dengan kebutuhan sehari-harinya. Sehingga beliau tidak susah payah untuk mencari produk tersebut ditempat lain. Pelayanan yang diberikan cukup memuaskan karena dengan menyapa setiap konsumen dengan sopan, ramah. Sedangkan lokasi swalayan memiliki tempat yang strategis dekat

---

<sup>2</sup>Hasil wawancara dengan Listia Ningsih, kasir dari Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan, Kamis 14 Juli 2016 Pukul 13.00 Wib.

dengan pusat keramaian dan tempat tinggal beliau. Sehingga bapak Hendra tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menjangkaunya.

Sedangkan menurut ibu Linda, penyediaan produk sangat bagus dan cara penempatan produk-produk sangat rapi. Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan sehingga ibu Linda nyaman berbelanja disana. Sedangkan lokasi sangat mudah dijangkau karena berada di pusat Kota Padangsidempuan, pusat keramaian, dekat dengan perkantoran dan dekat dengan permukiman.

Dari beberapa hasil wawancara, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa timbulnya keputusan konsumen pembelian dikarenakan adanya kepuasan akibat sistem pelayanan yang baik dan lokasi yang strategis. Lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Makin jauh lokasi, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi lokasi semakin mahal.

Berdasarkan uraian di atas peneliti merasa perlu untuk memaparkan lebih lanjut dari masalah tersebut. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berdampak pada keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Konsumen lebih memilih berbelanja di swalayan karena tempatnya lebih nyaman dengan produk yang lebih lengkap.
2. Pelayanan akan mempengaruhi keputusan pembeli untuk berbelanja.
3. Penataan produk serta fasilitas yang ada akan menjadi daya tarik bagi pembeli.
4. Harga juga akan mempengaruhi keputusan pembeli.

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi hanya pada dua variabel yaitu, sebagai variabel bebas (X) adalah lokasi dan pelayanan dan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Variabel adalah karakteristik yang akan diobservasi dari satuan pengamatan. Karakteristik yang dimiliki satuan pengamatan itu berbeda-beda, sekurang-kurangnya dua buah kualifikasi yang berbeda. Dalam definisi operasional variabel ada beberapa indikator yang dibuat untuk mendukung variabel peneliti.

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Lokasi (X <sub>1</sub> )	lokasi adalah letak atau tempat dimana suatu perusahaan menjual produk atau barang.	1. Strategis 2. Luas 3. Aman 4. Masyarakat dengan daya beli tinggi 5. Pusat keramaian	Skala Ordinal
2	Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan atau menyediakan segala apa yang diperlukan oleh pembeli atau konsumen.	1. Cepat 2. Ramah 3. Fasilitas yang mendukung 4. Cara berpakaian 5. Cara berbicara	Skala Ordinal
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses atau tindakan konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk.	1. Dorongan hati 2. Kebiasaan dalam membeli. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 4. Yakin. 5. Sesuai keinginan dan kebutuhan	Skala Ordinal

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

## **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik.
2. Bagi lokasi penelitian, penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Rahmat Syariah Swalayan mengenai keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang baik.
3. Bagi Pembaca atau penelitian lain, menambah wawasan pengetahuan yang berharga khususnya bagi para pembaca pada umumnya dan menjadi sumber referensi bagi peneliti lain.

## **H. Sistematika Pembahasan**

**BAB I PENDAHULUAN:** Pada bagian ini pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI:** Pada bagian ini pengertian keputusan pembelian, proses pengambilan keputusan, kerangka kerja dan konsep untuk pengambilan keputusan, keputusan pembelian dalam perspektif islam, pengertian lokasi, tujuan dalam penentuan lokasi, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi, pengertian pelayanan, dasar-dasar pelayanan, sifat-sifat pelanggan, sikap-sikap melayani pelanggan, ciri-ciri pelayanan, pelayanan dalam perspektif islam.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: Yang terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian dan penyajian hasil analisis.

BAB V PENUTUP: Yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Keputusan Pembelian

###### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses bagaimana menetapkan suatu keputusan membeli yang terbaik, logis, rasional, dan ideal berdasarkan fakta, data, dan informasi dari sejumlah alternatif untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan dengan risiko terkecil, efektif, dan efisiensi untuk dilaksanakan pada masa akan datang.<sup>1</sup>

Keputusan pembelian (*purchase decision*) merupakan tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (*actual purchase*). Ketika konsumen memilih untuk membeli suatu produk, maka harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian yang sebenarnya.<sup>2</sup>

Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang

---

<sup>1</sup>Malayu SP. Hasibuan, *Manajemen Dasar-Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 53.

<sup>2</sup>Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 111.

mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian.<sup>3</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk atau suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindakan lanjut yang nyata.

Persoalan pengambilan keputusan, pada dasarnya adalah bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih, dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan yang terbaik. Penyusunan model keputusan adalah suatu cara untuk mengembangkan hubungan-hubungan logis yang mendasari persoalan keputusan ke dalam suatu model matematis, yang mencerminkan hubungan yang terjadi diantara faktor-faktor yang terlibat.<sup>4</sup>

Teori pengambilan keputusan pembeli berikut ini yang dapat membantu keberhasilan Caterpillar menjual kepada pembeli tersebut. Caterpillar dapat memperbaiki tawarannya dengan tiga cara. Pertama, dia dapat meningkatkan nilai pelanggan total dengan memperbaiki manfaat-manfaat produk, layanan, karyawan, dan citranya. Kedua, dia dapat menurunkan biaya waktu, tenaga, dan pikiran pembeli. Ketiga,

---

<sup>3</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 485.

<sup>4</sup>Kadarsah Suryadi dan Ali Ramadhani, *Sistem Pendukung Keputusan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 14.

dia dapat menurunkan biaya produk yang harus ditanggung oleh pembeli.<sup>5</sup>

Meningkatkan penjualan dan mempertahankan jumlah konsumen diperlukan suatu konsep yang tepat, karena memasarkan produk adalah memenuhi keinginan dan kebutuhan pembeli sehingga menciptakan kepuasan kedua belah pihak. Maka perlu diteliti mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian diantaranya adalah harga, merek, pelayanan, keragaman produk, lokasi yang strategis.

#### **b. Proses Pengambilan Keputusan**

Setiap keputusan adalah keluaran dari proses dinamis yang dipengaruhi oleh kekuatan yang banyak. Menurut Davis dalam buku H. B Siswanto mengajukan model yang bermanfaat sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan. Model yang diajukan terdiri atas tiga tahap pokok, yaitu sebagai berikut:<sup>6</sup>

1. Penelitian yaitu mempelajari lingkungan atas kondisi yang memerlukan keputusan.
2. Desain yaitu mendaftar, mengembangkan, dan menganalisis arah tindakan yang mungkin. Aktivitas ini meliputi proses untuk memahami permasalahan, menghasilkan pemecahan, dan menguji kelayakan pemecahan tersebut.

---

<sup>5</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007) , hlm. 174.

<sup>6</sup>H. B Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Bandung: PT Bumi Aksara, 2005), hlm. 173-174.

3. Pemilihan yaitu menetapkan arah tindakan tertentu dari keseluruhan yang ada, pilihan ditentukan dan dilaksanakan.

Menurut Gibson dkk. dalam buku H. B Siswanto proses pengambilan keputusan yang diajukan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

1. Penetapan tujuan spesifik serta pengukuran hasilnya.
2. Identifikasi permasalahan.
3. Pengembangan alternatif.
4. Evaluasi alternatif.
5. Seleksi alternatif.
6. Implementasi keputusan.
7. Pengendalian dan evaluasi.

**c. Kerangka Kerja dan Konsep untuk Pengambilan Keputusan**

Pemahaman terhadap kerangka kerja dan konsep pengambilan keputusan akan memberikan nilai guna dalam pembahasan yang lebih dalam. Menurut Davis dalam buku H. B Siswanto menerangkan kerangka kerja dan konsep untuk pengambilan keputusan tersebut meliputi hal-hal berikut:<sup>8</sup>

1. Sistem pengambilan keputusan.
2. Pengetahuan mengenai keluaran.
3. Tanggapan keputusan.
4. Deskripsi mengenai pengambilan keputusan.

---


<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 175-176.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 180-184.

5. Kriteria untuk pengambilan keputusan.
6. Relevansi konsep keputusan terhadap desain sistem informasi manajemen.

#### d. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam

Seorang Muslim harus bisa memilih salah satu diantara pilihan-pilihan atau membuat suatu keputusan dalam memilih. Jika seorang Muslim ingin mendapatkan suatu yang baik dan ingin merasa puas, maka harus memiliki suatu keputusan yang baik. Salah satu ayat Alquran yang berbicara tentang keputusan terdapat pada Alquran Surah *Al Isra* ayat 11, yang berbunyi:

 وَيَدْعُ الْإِنْسَانَ بِالشَّرِّ دُعَاءَهُ بِالْخَيْرِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا

Artinya: Dan manusia berdoa untuk kejahatan sebagaimana ia berdoa untuk kebaikan dan adalah manusia bersifat tergesa-gesa.<sup>9</sup>

Ayat di atas menyebutkan bahwa manusia selalu rakus mengejar keuntungan dan banyak kasus manusia mengambil keputusan secara tergesa-gesa tanpa mempertimbangkan berbagai sisi. Selain tidak memiliki banyak manfaat, sikap tersebut merugikan dan menimbulkan keburukan. Pada hakikatnya manusia selalu menginginkan kebaikan namun karena mengambil keputusan secara tergesa-gesa maka yang didapatkan adalah keburukan.

---

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: Sygma, 2005), hlm. 283.

Dari penjelasan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa manusia yang tergesa-gesa dalam mengambil suatu keputusan akan berakibat keburukan. Dimana manusia yang selalu rakus mengejar keuntungan tanpa mempertimbangkan bagaimana kebaikan atau keburukan yang akan didapatkannya. Seharusnya sebagai seorang Muslim janganlah tergesa-gesa dalam mengambil suatu keputusan agar kita dapat bersabar dalam menjalani suatu kegiatan tersebut dan akan mendapatkan usaha yang semaksimal mungkin. Karena bersabar adalah salah satu sifat yang paling disukai oleh Allah.

## 2. Lokasi

### a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana barang ataupun jasa diperjualbelikan. Penentuan perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan pelanggan berbelanja. Sementara itu *place* (lokasi) adalah sekelompok atau segolongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa yang dapat diharapkan menjadi konsumen bersangkutan.<sup>10</sup>

Dari pengertian lokasi di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat usaha atau aktivitas jual beli dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap

---

<sup>10</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 150.

daerah keramaian, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi dan mudah dijangkau.

Hal-hal yang termasuk dalam kajian lokasi adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

1. Tidak pindah lokasi, tetapi memperluas fasilitas yang ada.
2. Mempertahankan lokasi yang sekarang, tetapi menambah fasilitas lain di tempat lain.
3. Menutup fasilitas yang ada dan pindah ke lokasi yang lain.
4. Budaya dan adat kebiasaan masyarakat yang berubah.
5. Keuntungan perusahaan yang semakin lama semakin menurun.
6. Berpindahnya pusat kegiatan bisnis.
7. Perubahan peraturan daerah dan Undang-undang.
8. Berpindahnya konsentrasi pemukiman.
9. Adanya jaringan komunikasi dan pengangkutan yang lebih baik.

#### **b. Tujuan dalam Penentuan Lokasi**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi perusahaan sebagai berikut:<sup>12</sup>

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang pembantu.
2. Agar perusahaan dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani konsumen.

---

<sup>11</sup>M. Syamsul Ma'Arif, Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2003), hlm: 188-189.

<sup>12</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 145.

3. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi konsumennya.
4. Agar perusahaan bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik di depan kasir.
5. Agar perusahaan dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

Setelah lokasi diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah menentukan *layout* gedung dan ruang kantor. Hilangkan kesan kantoryang sempit yang akan mengakibatkan konsumen tidak betah lama-lama berada di perusahaan. Usahakan *layout* ruangan senyaman mungkin dengan susunan fasilitas, dan keindahan lainnya seperti musik sehingga konsumen merasa nyaman.

#### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi**

Penentuan lokasi perusahaan tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi sebagai berikut:<sup>13</sup>

1. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
2. Dekat dengan perkantoran.
3. Dekat dengan pasar.
4. Dekat dengan perumahan atau masyarakat.
5. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

---

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 148.



### c. Pelayanan

#### a. Pengertian Pelayanan

Berkaitan dengan pelayanan ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu cara untuk mendapatkan pelayanan yang baik.

Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>14</sup> Pelayanan atau *service* adalah sikap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>15</sup>

Dari beberapa pendapat tentang pengertian pelayanan dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan segala usaha atau kegiatan

---

<sup>14</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Alfabeta: Bandung, 2012), hlm. 211.

<sup>15</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan, Op, Cit.*, hlm. 153.

yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain.

#### **b. Dasar-Dasar Pelayanan**

Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan pelanggan, maka perusahaan harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti, antara lain sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- f. Bergairah dalam melayani pelanggan serta menunjukkan kemampuannya.
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- h. Mampu menyakini pelanggan serta memberikan kepuasan.
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm. 182-183.

### **c. Sifat-Sifat Pelanggan**

Dalam melayani konsumen sebaiknya seorang karyawan atau pelayan harus memahami dan mengerti akan sifat masing-masing konsumennya. Karena masing-masing konsumen memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Berikut sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal yaitu:

- a. Pelanggan dianggap sebagai raja.
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- d. Pelanggan mau diperhatikan.
- e. Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan.

### **d. Sikap-Sikap Melayani Pelanggan**

Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani konsumen atau pelanggan yaitu:<sup>17</sup>

- a. Beri kesempatan pelanggan berbicara.
- b. Dengarkan baik-baik.
- c. Jangan menyela pembicaraan.
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara.
- e. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung.
- f. Jangan mendebat pelanggan.

---

<sup>17</sup>*Ibid.*, hlm. 184-186.

- g. Jaga sikap, sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang
- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

**e. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik**

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Berikut ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus dimiliki oleh seorang karyawan adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedia karyawan yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa perusahaan akan menyebabkan konsumen kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang. Membeli lagi produk lain dalam perusahaan yang sama, dalam hal ini

---

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 186-187.

konsumen akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian pelanggan menjadi makin beragam dalam satu perusahaan. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan perusahaan, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan perusahaan ke pelanggan lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

#### f. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam telah mengajarkan manusia agar selalu berbuat baik, jika kita ingin menghasilkan usaha yang baik. Hendaknya kita memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Salah satu ayat Alquran yang berbicara tentang pelayanan terdapat pada Surah *Ali Imran* ayat 159, yang berbunyi:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ  
فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah.

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.<sup>19</sup>

Ayat di atas memiliki kaitan dengan pelayanan yaitu melalui hubungan antara pembeli dengan karyawan atau pemberi jasa layanan dengan memahami dan memberi perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Sikap empati akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sebagai karyawan atau pemberi jasa layanan terdapat pada ayat di atas bahwa kita harus bersikap lemah lembut dan jangan berhati kasar tentu konsumen akan menjauh. Sebaiknya seorang karyawan melayani konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan atau hal yang berkenaan dengan pelayanan.

Dari penjelasan ayat di atas dapat disimpulkan tentang pelayanan, yaitu kita harus melayani pelanggan dengan baik karena melayani dengan baik kita akan mendapat pahala. Seperti kita ada tamu maka kita harus memperlakukannya dengan baik atau melayaninya dengan baik. Janganlah berhati keras lagi berhati kasar kepada pelanggan karena nantinya pelanggan tidak akan betah dengan pelayanan kita. Sebaiknya kita berhati lembut agar mendapatkan hasil yang baik dan pahala.

---

<sup>19</sup>Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 71.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Mimi SA (2015) Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di RANCH MARKET	Terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk secarabersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di Ranch Market karena hasil uji Anova menunjukkan nilai Sig < 0,05 yaitu 0, 000b.
2.	Bangun Adi Wibowo (2015) Skripsi Program Studi Manajemen- Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjarnegara	Suasana toko, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F hitung sebesar 38.713 dengan signifikansi 0.000, dan koefisien korelasi 0.693. Hal ini dapat diartikan apabila Planet Distro Banjarnegara menciptakan suasana toko yang baik dan sesuai selera konsumen, lalu melakukan promosi secara gencar dan pemilihan lokasi yang strategis maka akan turut meningkatkan minat beli konsumen.
3.	Muhammad Khoiri Amin (2015) Skripsi, Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pengaruh Bagi Hasil, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Pengajuan Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus Di BMT TAMZIS Kotagede)	Hasil uji F diperoleh $F_{hitung}$ (8,741) sedangkan untuk $F_{tabel}$ (2,80). Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ (8,741 > 2,80), sehingga $H_0$ ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel lokasi, pelayanan dan bagi hasil.

4.	Riyanti (2014) Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta	Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Sleman (Studi Pada UKM Martabak Kirana)	Berdasarkan analisis data secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama pelayanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya dari hasil penelitian yang menyatakan signifikan, maka dapat dijadikan.
5.	Nengsi (2016) Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Bisnis IAIN Padangsidempuan	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan di City Walk Kota Padangsidempuan	Berdasarkan hasil analisis signifikan $0,000 < 0,05$ maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima, maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Signifikan $0,002 < 0,05$ maka $H_0$ ditolak $H_a$ diterima, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Signifikan $0,047 < 0,05$ maka $H_0$ ditolak $H_a$ diterima, maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Mimi SA pada Tahun 2015 yaitu terletak pada lokasi penelitian sama-sama meneliti di swalayan atau market dengan menggunakan variabel lokasi dan keputusan pembelian, dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada konsumen atau pelanggan. Menggunakan analisis regresi berganda, data primer dan melakukan teknik analisis data dengan program komputer yaitu SPSS. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode *non probability sampling*.



Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Bangun Wibowo pada Tahun 2015 terdapat pada variabel lokasi, sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dan menggunakan skala likert, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, Bangun Adi Wibowo menggunakan uji validitas *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan menggunakan analisis deskriptif.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khoiri Amin pada Tahun 2015 menggunakan sumber data, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket dan analisis datanya menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Perbedaannya yaitu Muhammad Khoiri Amin dengan studi kasus di BMT TAMZIS Kotagede dengan menggunakan pengajuan pembiayaan mudharabah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Riyanti pada Tahun 2014 yaitu menggunakan variabel (X) pelayanan dan lokasi, menggunakan metodologi penelitian yang sama. Perbedaannya yaitu pada variabel (X) kepuasan konsumen, kemudian tempat penelitian dan menggunakan studi pada UKM Martabak Kirana.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nengsi pada tahun 2016 yaitu terletak pada tempat penelitian di Rahmat syariah Swalayan Padangsidempuan, menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada variabel-variabelnya.

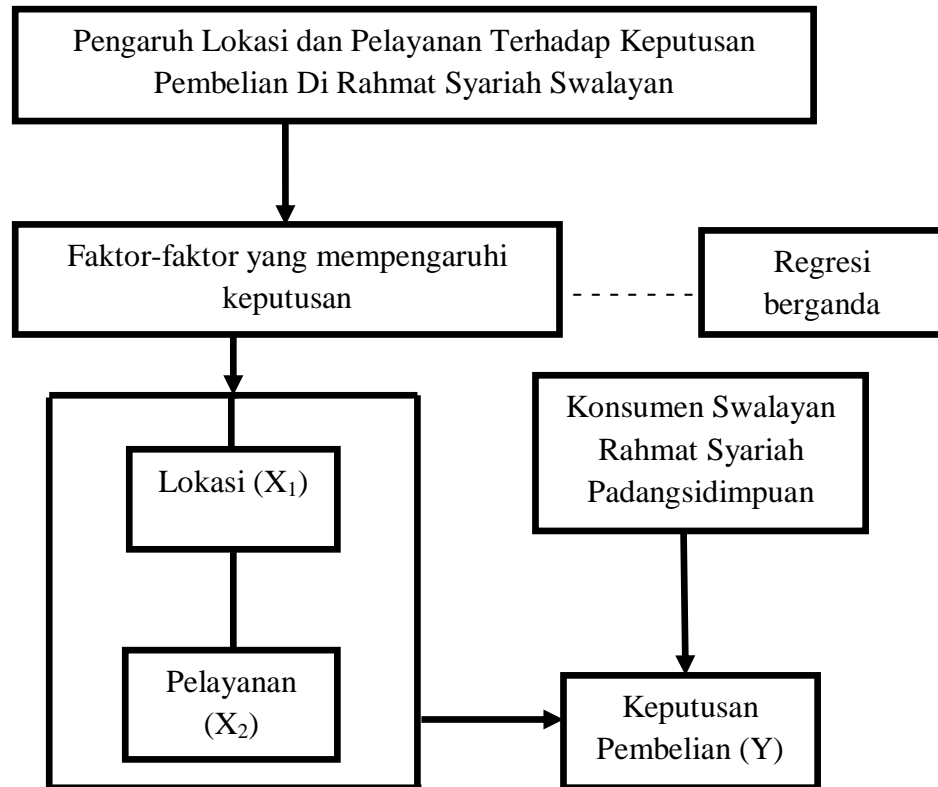
### **C. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan masalah dan kajian teori yang telah peneliti uraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah dengan adanya lokasi, pelayanan dengan adanya factor tersebut konsumen memiliki keputusan pembelian untuk membeli di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Kemudian menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Lokasi dan pelayanan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan setiap konsumen. Secara sistematis kerangka berpikir dalam penelitian yang akan peneliti teliti digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

## Kerangka Berpikir



Keterangan :

( → ) menunjukkan adanya hubungan secara langsung

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap suatu masalah yang diperkirakan benar, tetapi membutuhkan pengujian atas kebenarannya.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto bahwa:

“Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu

jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.<sup>20</sup>

H<sub>01</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

H<sub>a1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

H<sub>02</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

H<sub>a2</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

H<sub>03</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

H<sub>a3</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

---

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 7.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian.**

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan yang berada di komplek *City Walk*. Perusahaan ini bergerak dibidang usaha perdagangan yaitu menjual kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan pendukung lainnya. Alasan peneliti memilih tempat penelitian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan karena sudah beroperasi bertahun-tahun dan ternyata mampu bersaing, pengunjung lebih ramai atau banyak. Waktu penelitian ini dilakukan oleh peneliti adalah dari bulan September-November 2016.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif. Deskriptif yaitu menggambarkan dan menginterpretasikan obyek penelitian secara apa adanya sesuai dengan hasil penelitiannya.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif adalah penelitian menggunakan data berupa angka atau data kuantitatif yang diangkakan.<sup>2</sup> Penelitian ini dilakukan berdasarkan data *time series* yaitu berupa data individu yang diobservasi dalam rentang waktu.

---

<sup>1</sup>Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 157.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin“ Populasi (*population* atau *universe*) adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan)”.<sup>3</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan, dimana populasi yang dimaksud adalah masyarakat yang tinggal di kelurahan Kantin yang berjumlah 482 kepala keluarga. Mengingat jumlah populasi yang sangat banyak dan juga keterbatasan waktu dan biaya, peneliti hanya mengambil sebagian untuk dijadikan sampel.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kemampuan peneliti.<sup>4</sup>

Ada sebuah rumus yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

---

<sup>3</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), hlm. 107.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = error ( tingkat ketidaktelitian 5%.)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{482}{1 + 482(0,5)^2}$$

$$n = \frac{482}{1 + 482(0,05)}$$

$$n = \frac{482}{483(0,05)}$$

$$n = \frac{482}{4,83}$$

$$n = 99,792 \text{ orang} = 100 \text{ konsumen}$$

Jadi besar sampel yang digunakan peneliti adalah sebanyak 100konsumen, dengan persentase ketidaktelitian sebesar 5 %.

## D. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya (sumber asli), baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Peneliti hanya dapat menggali dan memperoleh jenis data dari sumber pertama, apakah respondennya berupa masyarakat biasa,

perusahaan. Dengan kata lain data primer merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut.<sup>5</sup> Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket kepada konsumen Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam analisis perlu dilakukan suatu teknik penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner.<sup>6</sup>

### 1) Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup>Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 122.

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 193.

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 130.



## 2) Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner tertulis dapat didistribusikan melalui berbagai cara, dan lembaran kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini digunakan instrumen pengumpulan data dengan kuesioner kepada konsumen atau pelanggan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sebagai responden yang akan menjawab semua item pertanyaan.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Untuk membuat item instrument yang berupa pernyataan atau pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap.<sup>9</sup> Adapun skor yang ditetapkan untuk pertanyaan pada angket ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Indikator	Skor
A	Sangat Setuju (SS)	5

<sup>8</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Realitions, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 95.

<sup>9</sup>Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 12.

B	Setuju (S)	4
C	Netral (N)	3
D	Kurang Setuju (KS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dengan menggunakan skala likert 5 poin, caranya dengan menghadapkan responden pada sejumlah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, netral, sangat tidak setuju.

### 3. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>10</sup>

Teknik uji validitas item *korelasi pearson*, dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikan 0,5 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka

---

<sup>10</sup>Mudrajat Kuncoro, *Metode Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 172.

item dapat dinyatakan valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid.<sup>11</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapat pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentang (seperti skala likert 1-5) adalah *cronbach alpha*. Uji reliabilitas merupakan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Jika reliabilitas  $< 0,6$  adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.<sup>12</sup>

## E. Asumsi Dasar

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Peneliti menggunakan

---

<sup>11</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 51.

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 64.

uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05.<sup>13</sup>

## 2. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linier yang mensyaratkan adanya hubungan variabel independen dan variabel dependen yang saling membentuk kurva linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *deviation from linearty* dengan taraf signifikan 0,05. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai  $p > 0,05$  maka dinyatakan linier, dan sebaliknya jika  $p < 0,05$  tidak linier.<sup>14</sup>

## F. Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel independennya. Konsekuensinya dan multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) pada model regresi. Mempunyai nilai

---

<sup>13</sup>Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik* (Jakarta: Mediakom, 2008), hlm. 28.

<sup>14</sup>Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006), Hlm. 158-163.

*Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>15</sup>

## 2. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residul yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel independen sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residul membentuk pola tertentu.<sup>16</sup>

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi antara anggotaobservasi yang tersusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).<sup>17</sup>

Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- 1)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

---

<sup>15</sup>Duwi Priyatno, SPSS, *Op, Cit.*, hlm. 99.

<sup>16</sup>Triton Prawira Budi, *Op, Cit.*, hlm. 152-154.

<sup>17</sup>Duwi Priyatno, SPSS, *Op, Cit.*, hlm. 106.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk suatu kesimpulan atau memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.<sup>18</sup> Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Adapun versi SPSS yang digunakan adalah 22.0. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan anatar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>19</sup>

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$KP = + b_1Lok + b_2Pel + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian (Y)

a = Konstanta

Lok dan Pel = Variabel independen ( $X_1$  Lokasi dan  $X_2$  Pelayanan)

$b_1$  dan  $b_2$  = Koefisien Regresi

---

<sup>18</sup>Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 184.

<sup>19</sup>Duwi Priyatno, *Mandiri, Op. Cit.*, hlm. 73.

$e$  = *error of estimate*

## 2. Koefisien Determinasi (Uji R square)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.<sup>20</sup>

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujian berdasarkan t hitung.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Berdasarkan sinifikansi:

Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika sinifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

---

<sup>20</sup>Duwi Priyatno, Mandiri, *Op, Cit.*, hlm.79-81.

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F yaitu uji koefisien regresi bersama-sama. Uji F untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.<sup>21</sup> Kriteria pengujian nilai F.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi  $>$  maka  $H_0$  diterima

Jika signifikansi  $<$  maka  $H_0$  ditolak

---

<sup>21</sup>Duwi Priyatno, *SPSS, Op. Cit.*, hlm. 157-161.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan

Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan keberadaannya sudah diakui oleh masyarakat Kota Padangsidimpuan. Pada awalnya pasangan H. Ismail Nasution dan Hj. Hasanah Rangkuti mendirikan usaha toko buku-buku bacaan dengan nama “Pustaka Rahmat” yang sangat terkenal dikalangan masyarakat pada era tahun 70 sampai 80-an. Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan didirikan bukan hanya sebagai salah satu strategi pemasaran akan tetapi pemiliknya melakukan perubahan nama dari “Pustaka Rahmat” menjadi “Rahmat Group” membuktikan keseriusannya untuk menjalankan operasionalisasi swalayan secara menyeluruh sesuai dengan ajaran Islam.<sup>1</sup>

Kemudian Rahmat Group mengembangkan sayap dengan menambah cabang usaha perdagangan dan jasa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di berbagai daerah sekitar Padangsidimpuan, yaitu Toserba Rahmat di Jln. Thamrin No.11, Rahmat Syariah Swalayan di Jln. Sudirman atau Kompleks *City Walk*, Rahmat Syariah Swalayan II di Padangmatinggi, dan Rahmat Syariah Swalayan III di Sitamiang.

Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan yang beralamat di Jln. Sudirman atau Kompleks *City Walk* didirikan pada tahun 2008 oleh 7

---

<sup>1</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Riswal Huddin Siregar, Pimpinan dari Rahmat Syariah Swalayan Cabang *City Walk* Padangsidimpuan, Kamis 08 September 2016 Pukul 15.00 Wib.

bersaudara putra dan putri dari Alm. H. Ismail Nasution dan Almh. Hj. Hasanah Rangkuti. Ke-7 bersaudara ini tergolong keluarga sukses diberbagai bidang kehidupan, termasuk dalam mengelola bisnis dan perdagangan. Sejak tahun 2008 sebagai generasi penerus dari Rahmat Group, Hasan Amin Nasution sebagai pemilik harus melakukan inovasi untuk memperkuat perusahaan dan mendirikan bisnis penunjang.

Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan yang berawal dari toko penjual buku, tidak mudah untuk bertahan dan berkembang di usaha swalayan. Apalagi swalayan-swalayan semakin banyak di Padangsidempuan tidak hanya di pasar tradisional tetapi juga dengan swalayan-swalayan lain yang saat ini tengah menjamur seperti Indomaret, yang pertama perusahaan lakukan adalah berdiri sedekat-dekatnya dengan konsumen sehingga membuat konsumen tetap berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

Pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan seluruh karyawan dituntut untuk disiplin baik disiplin waktu, tingkah laku dan juga dalam berpakaian. Dalam hal waktu masuk kerja, Rahmat Syariah Swalayan mulai melayani konsumen dari pukul 09.00 sampai dengan pukul 22.00 WIB. Setiap konsumen yang berbelanja para karyawan diharapkan dapat melayani dengan baik dan bertingkah laku sopan. Khusus untuk wanita, Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan mewajibkan untuk setiap karyawannya menggunakan jilbab dan berpakaian yang sopan. Selain itu, dengan adanya Rahmat Syariah

Swalayan Padangsidempuan ini, menambah inovasi usaha dan juga referensi tempat perbelanjaan yang ada di kota Padangsidempuan dan perusahaan masih terus melakukan berbagai pembenahan demi memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan.

## **2. Struktur Organisasi**

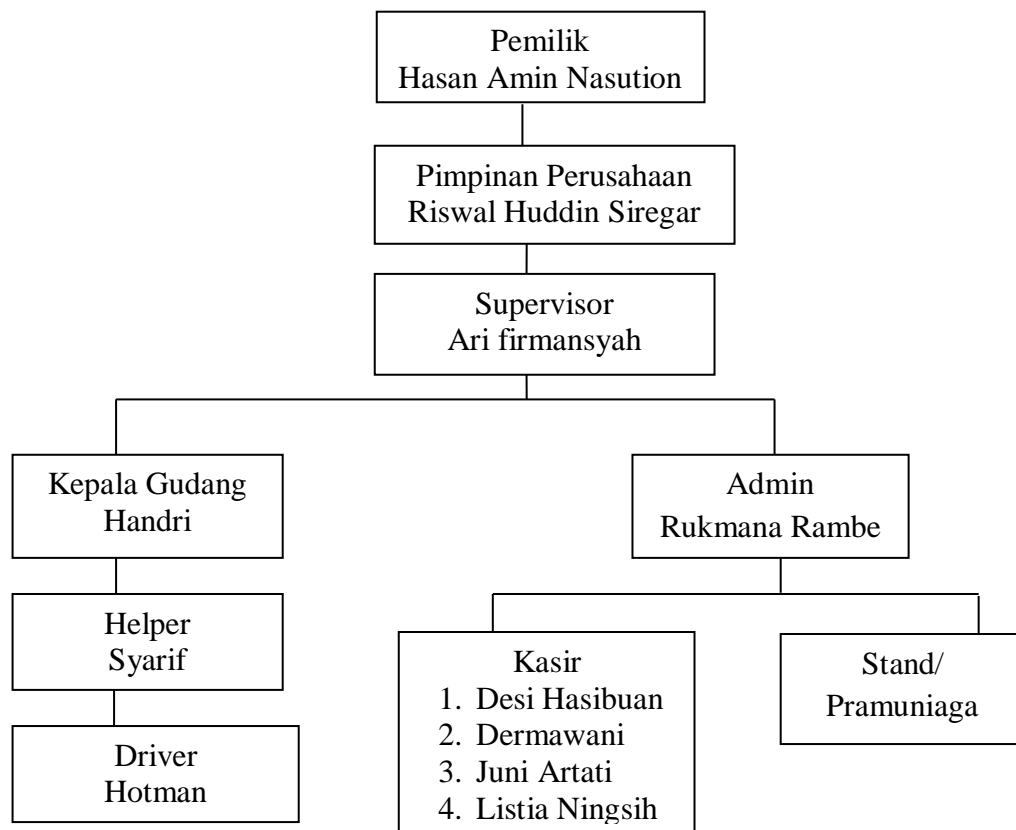
Organisasi adalah kumpulan dari banyak orang dalam mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi merupakan suatu cara menggambarkan tentang hubungan-hubungan yang ada antara pimpinan dengan anggota organisasi dalam menjalankan aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu pengolahan yang baik. Pengolahan yang baik dari suatu organisasi membutuhkan adanya struktur organisasi yang baik juga, dimana struktur itu dapat membedakan tugas dan fungsi dari setiap bagian organisasi tersebut.

Pentingnya struktur organisasi suatu badan usaha, karena dengan struktur organisasi yang baik maka wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dari suatu badan usaha menjadi lebih jelas dan terperinci, hal ini akan memperlancar perencanaan perusahaan dengan langkah-langkah yang teratur dan terarah serta terkoordinir dengan baik, sehingga dapat menunjang arah dan tujuan utama dari organisasi untuk mendapatkan laba optimal dapat terwujud sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan.

Demikian juga halnya dengan struktur organisasi perusahaan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan yang menggambarkan bentuk

wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian yang ada didalam perusahaan tersebut. Tujuan dibuat struktur organisasi supaya organisasi dalam perusahaan lebih efisien dalam menyatukan beberapa unit kerja yang memiliki kesamaan dalam mencapai target di masa mendatang. Berikut adalah struktur organisasi Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Pada Rahmat Syariah Swalayan**  
**Padangsidempuan**



Dalam suatu perusahaan ada pembagian tugas masing-masing karyawan yang bertujuan agar dapat bekerja dengan baik dan efisien sesuai dengan keahliannya masing-masing. Hal ini juga dilakukan

oleh Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Adapun pembagian tugasnya sebagai berikut :

- a. Tugas Pemilik yaitu:
  - 1) Menambahkan modal
  - 2) Pemegang Perusahaan
  - 3) Memantau perkembangan perusahaan
- b. Tugas Pimpinan perusahaan :
  - 1) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan
  - 2) Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan perusahaan lain.
  - 3) Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- c. Tugas Supervisor
  - 1) Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan, mulai dari bidang administrasi hingga pengadaan barang.
- d. Tugas Admin
  - 1) Mencatat dan memeriksa data penjualan dengan teliti, mana barang yang sudah masuk dan yang belum, agar mudah untuk ditindak lanjuti.
  - 2) Melakukan pengecekan kembalidengan pelanggan jika menemukan selisih antara harga jual di faktur dengan komputer.
  - 3) Membuat laporan akhir bulan berbentuk faktur penjualan untuk diserahkan kepada supervisor.
- f. Tugas kepala gudang :
  - 1) Melakukan penerimaan barang dan meneliti apakah barang sesuai dengan faktur pembelian.
  - 2)Menyiapkan barang sesuai dengan surat pesanan untuk dikirim.
- g. Tugas helper :
  - 1) Membantu kepala gudang dalam memasarkan produk.
  - 2) Membantu secara langsung dalam pengiriman barang kepada konsumen.
  - 3)Melaporkan jika barang tersebut telah dikirim.
- h. Tugas kasir :
  - 1) Melayani pembeli yang ingin membayar belanjaan baik tunai, maupun ATM, dan melakukan pembungkusan barang konsumen.
  - 2) Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai produk.
- i. Tugas stand/ pramuniaga :
  - 1) Membuat pelanggan percaya terhadap kualitas barang yang dijual serta cara perawatannya.

- 2) Membantu pelanggan dalam memilih barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.
- 3) Menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani komplain dari pelanggan dengan baik.
- 4) Mengutamakan pelayanan kepada pelanggan dengan baik.

### 3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi perusahaan merupakan acuan setiap unit bisnis dan setiap anggota organisasi dalam membuat strategi dan mengambil tindakan. Visi dan misi dibuat dengan mempertimbangkan lingkungan eksternal dan internal serta menggambarkan harapan dan keinginan perusahaan di masa mendatang.

#### a. Visi Perusahaan

“Menjadikan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sebagai swalayan termurah dengan konsep Islami dalam melengkapi kebutuhan masyarakat”.

#### b. Misi Perusahaan

Adapun untuk mewujudkan visi diatas perlu adanya misi perusahaan yang harus dijalankan Rahmat Syariah Swalayan, misi tersebut sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen
- 2) Mengupayakan nilai-nilai Islami dengan dengan mengikuti sifat Nabi yaitu: siddiq, amanah, fatanah, dan tablig.
- 3) Membangun kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait untuk tercapainya tujuan meningkatkan perekonomian umat Islam khususnya di Kota Padangsidempuan.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apayang seharusnya diukur. Berikut uji validitas lokasi, pelayanan dan keputusan pembelian.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi (X<sub>1</sub>)**

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,423	0,195	Valid
2	0,615		Valid
3	0,566		Valid
4	0,671		Valid
5	0,606		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui nilai  $r_{hitung}$  untuk item pernyataan variabel lokasi sebanyak 5 pertanyaan.  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) =100, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,195, dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel lokasi dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,195.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,270	0,195	Valid
2	0,409		Valid
3	0,661		Valid
4	0,670		Valid
5	0,693		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui nilai  $r_{hitung}$  untuk item pernyataan variabel pelayanan sebanyak 5 pertanyaan.  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) =100, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,195, dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel pelayanan dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,195.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,354	0,195	Valid
2	0,429		Valid
3	0,531		Valid
4	0,475		Valid
5	0,416		Valid
6	0,412		Valid
7	0,503		Valid
8	0,265		Valid
9	0,396		Valid
10	0,438		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui nilai  $r_{hitung}$  untuk item pernyataan variabel keputusan pembelian sebanyak 10 pertanyaan.  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) =100, maka didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,195, dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,195.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan rumus jika *cronbach alpha* > 0,6 maka semua item pernyataan yang dianalisis adalah reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Lokasi ( $X_1$ )	0,720	5
Pelayanan ( $X_2$ )	0,704	5
Keputusan Pembelian (Y)	0,667	10

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, reliabilitas lokasi ( $X_1$ ) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha*  $0,720 > 0,6$  yang berarti dinyatakan reliabel dengan dapat diterima. Reliabilitas pelayanan ( $X_2$ ) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha*  $0,704 > 0,6$  yang berarti dinyatakan reliabel dengan dapat diterima. Sedangkan reliabilitas keputusan pembelian (Y) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha*  $0,667 > 0,6$  yang berarti dinyatakan reliabel dengan kurang reliabilitas.

### 3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.28295905
	Absolute	.066
Most Extreme Differences	Positive	.066
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.660
Asymp. Sig. (2-tailed)		.776

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig.* (2-tailed) sebesar 0,776. Dimana nilai signifikansi  $> 0,05$ . Jadi hasil uji normalitas dengan metode *kolmogrov smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa, lokasi, pelayanan dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

#### 4. Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak.

**Tabel 4.6 Uji Linieritas  
Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan_	(Combined)	286.000	11	26.000	1.221	.285
pembelian	Between Groups	46.248	1	46.248	2.172	.144
* lokasi	Deviation from Linearity	239.752	10	23.975	1.126	.352
Within Groups		1873.710	88	21.292		
Total		2159.710	99			

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.6 di atas nilai p (dapat dilihat dari *Deviation from linearity*) sebesar 0,352. Sehingga dapat disimpulkan  $p > 0,05$  (0,352  $> 0,05$ ) bahwa hubungan antar variabel lokasi dan keputusan pembelian adalah linier.

**Tabel 4.7 Uji Linieritas  
Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan_ (Combined)	483.852	11	43.987	2.310	.015
pembelian * Between Linearity	336.550	1	336.550	17.672	.000
pelayanan Groups Deviation from Linearity	147.302	10	14.730	.773	.654
Within Groups	1675.858	88	19.044		
Total	2159.710	99			

Sumber: hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas nilai p (dapat dilihat dari *Deviation from linearity*) sebesar 0,654. Sehingga dapat disimpulkan  $p > 0,05$  ( $0,654 > 0,05$ ) bahwa hubungan antar variabel pelayanan dan keputusan pembelian adalah linier.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan terdapat multikolinearitas adalah jika nilai VIF lebih besar dari 10 ( $VIF > 10$ ).

**Tabel 4.8  
Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistic		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Lokasi	.753	1.328	Tidak Multikolinearitas
Pelayanan	.753	1.328	Tidak Multikolinearitas

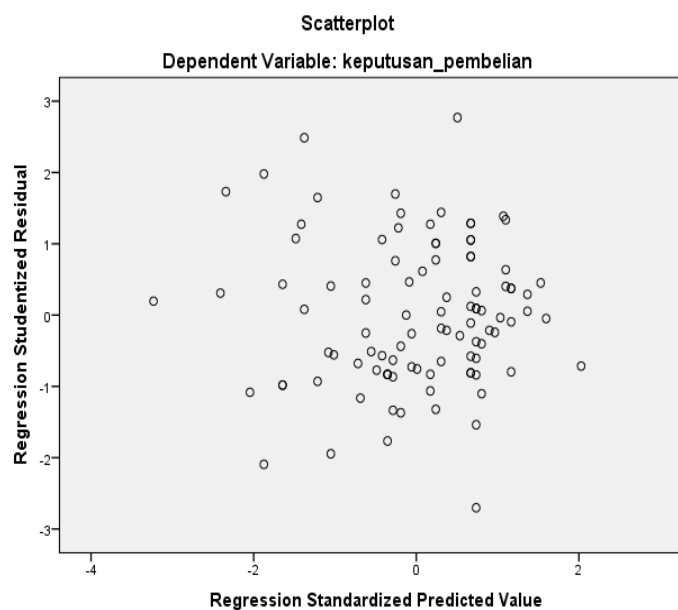
Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, nilai VIF untuk kedua variabel independen yaitu lokasi dan pelayanan adalah 1.328, 1.328 lebih kecil dari 10 ( $1.328, 1.328 < 10$ ). Dengan demikian, tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini. Nilai VIF kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1. Lokasi dan pelayanan 753,  $753 > 0,1$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pengujian terdapat atau tidak heteroskedastisitas digunakan *Scatterplot* dengan ketentuan tidak memperlihatkan sebuah pola tertentu, misal pola menaik ke kanan atas, atau menurun ke kiri atas, atau pola tertentu lainnya.

**Gambar 4.2**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 22*

Dari *output* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas dalam model regresi.

### c. Uji Autokorelasi

Metode pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (uji dW). Jika dW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi. Jika dW terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi. Jika dW terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

**Tabel 4.9**  
**Uji Autokorelasi**

<b>Durbin-Watson</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.566	Tidak <i>Autokorelasi</i>

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, nilai DW dari *output* didapat 1.566. Untuk nilai dL dan dU dapat dilihat pada DW tabel pada signifikansi 0,05 dengan n (jumlah data) = 100 dan k (jumlah variabel independen) = 2 didapat nilai dL adalah 1,6063 dan dU adalah 1,7335, jadi nilai 4 - dU = 2,2665 dan 4 - dL = 2,3937. Hal ini berarti nilai DW (1.566) berada pada daerah antara dU dan 4 - dU, maka tidak ada masalah autokorelasi.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.0 sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coeficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	24.383	4.017	6.070	.000
Lokasi	-.124	.202	-.617	.539
Pelayanan	.802	.428	3.986	.000

Sumber : Hasil *Output* SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dengan Uji regresi linier dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen Y dalam persamaan linear:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$KP = a + b_1 \text{Lok}_1 + b_2 \text{Pel}_2 + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

Lok = Lokasi

Pel = Pelayanan

Berdasarkan tabel persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

$$KP = 24.383 + (-0,124) \text{Lok} + 0,802 \text{Pel} + 4.017 e$$

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 24.383. artinya, jika lokasi dan pelayanan ditiadakan atau bernilai 0 maka keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan hanya sebesar 24.383 satuan.

- b. Jika lokasi semakin dekat sebesar satu satuan, maka keputusan konsumen untuk membeli di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan akan berkurang sebesar-0,124.
- c. Nilai koefisien pelayanan 0,802 artinya, jika pelayanan di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan meningkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,802 satuan.

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi yaitu untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen .

**Tabel 4.11**  
**Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.399 <sup>a</sup>	.159	.142	4.327

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.11 di atas nilai *R Square*, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini diubah ke dalam bentuk persen, yang berarti persentasi kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai *R Square* sebesar 0.159, artinya memberikan kontribusi terhadap lokasi dan pelayanan dan keputusan pembelian adalah sebesar 15,9%. Sedangkan sisanya sebesar 84,1% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 8. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.0 yaitu sebagai berikut:

### a. Uji t

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Berdasarkan signifikansi, jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan Uji t yang dilakukan pada tabel 4.13 di bawah dapat disimpulkan:

**Tabel 4.13**  
**Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	24.383	4.017		6.070	.000
1 lokasi	-.124	.202	-.066	-.617	.539
pelayanan	.802	.201	.428	3.986	.000

Sumber : Hasil *Output* SPSS 22

- a. Nilai  $t_{hitung}$  variabel lokasi yaitu  $-0,617$  dan  $t_{tabel}$  yang diperoleh  $1,985$  ( $df = n - k - 1$  atau  $100 - 3 - 1 = 97$ ). Jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-0,617 < 1,985$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi dengan keputusan pembelian pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Sementara itu, berdasarkan nilai signifikan  $P_{value}$  sebesar  $0,667$  dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar  $0,05$ . artinya  $P_{value} <$  dari taraf signifikansi yaitu  $0,539 < 0,05$ . maka dapat disimpulkan  $H_0$



diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan.

- b. Nilai variabel  $t_{hitung}$  pelayanan yaitu 3,986 dan  $t_{tabel}$  yang diperoleh 1,985. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,986 > 1,985$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan. Sementara itu, berdasarkan nilai  $P_{value}$  sebesar 0.00 dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. artinya  $P_{value} <$  dari taraf signifikansi yaitu  $0.00 < 0.05$ . maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan.

#### b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut jika  $F_{hitung}$  ( $F_0$ )  $> F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika  $F_{hitung}$  ( $F_0$ )  $< F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4.14**  
**Uji F**

Model	Df	F	Signifikan
Regression	2	9.179	0.00 <sup>b</sup>
Residual	97		
Total	99		

Sumber : Hasil *Output SPSS 22*

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, uji F dilakukan dengan melihat angka  $F_{\text{tabel}}$ ,  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 9,179 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  bernilai 3,090 ( $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $9,179 > 3,090$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan. Sementara itu, jika dilakukan berdasarkan nilai signifikan, maka  $H_0$  ditolak karena  $0,00 < 0,05$ . Artinya lokasi dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan”. Teori yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Adapun teori yang mendukung penelitian yaitu buku Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi dalam buku T. Hani Handoko, yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif.

Demikian juga dengan teori yang mendukung penelitian yaitu dalam buku Studi Kelayakan Bisnis Kasmir dan Jakfar, yang menyatakan bahwa penentuan lokasi perlu dilakukan dengan pertimbangan yang matang, yang terdiri dari jenis usaha yang akan dijalankan, dekat dengan pasar atau konsumen, tersedia tenaga kerja, tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan lainnya), berada di pusat kota.

Menurut peneliti lokasi didefinisikan sebagai tempat usaha yang akan dikelola oleh suatu perusahaan. Dengan mendapatkan lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau oleh konsumen atau pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan tujuan perusahaan yang baik. Pemilihan lokasi yang strategis dipengaruhi oleh kedekatan dengan pasar, perumahan, perkantoran, pusat keramaian dan persimpangan jalan. Kondisi ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa konsumen menjadi kritis dalam memilih tempat perbelanjaan.

Hasil penelitian ini didukung dalam buku M. Nur Rianto Al Arif yang berjudul “Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah” dengan teori yang menyatakan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang, kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Dan Malayu S.P Hasibuan yang berjudul “Dasar-Dasar Perbankan” yang menyatakan bahwa kegiatan pemberi jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Pelayanan dan etika sangat penting karena dengan pelayanan dan etika yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari konsumen maupun dari pihak lainnya. Jika konsumen simpati akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa itu akan lebih lancar. Pelayanan dan etika yang baik akan memberi daya tarik bagi calon konsumen untuk menjadi konsumen, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama swalan atau market.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, dengan penelitian Muhammad Khoiri Amin dengan judul pengaruh bagi hasil, lokasi dan pelayanan terhadap pengajuan pembiayaan mudharabah (studi kasus di BMT TAMZIS Kotagede), dengan hasil penelitian bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengajuan pembiayaan mudharabah. Sementara temuan peneliti untuk lokasi pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini

menurut peneliti disebabkan oleh produk-produk yang dijual pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan merupakan kebutuhan pokok dan akan tetap dibeli oleh konsumen setiap saat meskipun sebagian konsumen susah untuk menjangkau lokasi tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, Riyanti (2014) Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta dengan judul Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana Di Kabupaten Sleman (Studi Pada UKM Martabak Kirana). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan, untuk itu petugas pelayanan hendaknya harus meningkatkan pelayanan dan keramahan terhadap pengunjung. Sementara itu temuan peneliti untuk pelayanan pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini menurut peneliti disebabkan oleh pelayanan yang diberikan pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan merupakan pelayanan yang baik dan ramah tamah.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan ini terdapat beberapa kesalahan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu: keterbatasan ilmu pengetahuan

dan wawasan peneliti yang masih minim, keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut. Walau demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial variabel lokasi adalah  $t_{hitung} = -0,617$  dan  $t_{tabel} = 1,985$  maka diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,617 < 1,985$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Secara simultan variabel lokasi dan pelayanan sebesar 9,179 sedangkan  $F_{tabel}$  bernilai 3,090.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,179 > 3,090$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.
3. Nilai konstanta 24.383. artinya, jika lokasi dan pelayanan ditiadakan atau bernilai 0 maka keputusan pembelian hanya sebesar 24.383. Nilai koefisien lokasi -0,124 artinya, jika makin dekat lokasi maka konsumen makin sering membeli, karena biaya transportasi untuk mendatangi lokasi semakin murah sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat -0.124. Nilai koefisien pelayanan 0,802 artinya, jika Rahmat Swalayan meningkatkan pelayanan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,802.

Adapun hasil pengolahan data yang diperoleh, secara simultan lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 9,179 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,090 artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,179 > 3,090$ ). Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya perkembangan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kedua variabel independen yaitu lokasi dan pelayanan.

Nilai *R Square* sebesar 0.159, artinya memberikan kontribusi terhadap lokasi dan pelayanan dan keputusan pembelian adalah sebesar 15,9%. Sedangkan sisanya sebesar 84,1% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## **B. Saran**

Melalui penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan untuk lebih meningkatkan lokasi dan pelayanan dengan memberikan perlindungan dasar untuk memenuhi kebutuhan hidup konsumen dengan memberikan dorongan atau motivasi berupa diskon atau gratisan dalam membeli.
2. Disarankan kepada karyawan agar lebih meningkatkan kinerja atau pelayanan kepada konsumen dan meningkatkan mutu, kualitas kepada perusahaan serta memberikan hasil yang maksimal kepada Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.



3. Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti penelitian sejenis, kiranya penelitian ini dapat memberikan inspirasi dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang di duga memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Alquran

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: Sygma, 2005.

### Sumber Buku

Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik*, Jakarta: Mediakom, 2008.

\_\_\_\_\_, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.

H. B Siswanto, *Pengantar Manajemen*, Bandung: PT Bumi Aksara, 2005.

Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Kadarsah Suryadi dan Ali Ramadhani, *Sistem Pendukung Keputusan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008.

Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian Bidang Sosial, Administrasi, Pendidikan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.

Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.

\_\_\_\_\_, *Manajemen Dasar-Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jakarta: Kencana, 2010.

Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011

Mudrajat Kuncoro, *Metode Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

M. Syamsul Ma'Arif, Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2003.

- M. NurRianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Alfabeta: Bandung, 2012.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta 2002.
- \_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

- I. Nama : FITRI HAMSANI LUBIS  
Nim : 12 230 0003  
Tempat/tanggal lahir : GOTI, 13 Maret 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak ke : 2 dari 2 bersaudara  
Alamat : GOTI, Jln. HT Rizal Nurdin Km.10  
Padangsidempuan Tenggara  
Agama : Islam  
No. Telp : 0856-6034-261
- II. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Syahmuddin Lubis  
Pekerjaan : Petani  
Nama Ibu : Nuraisyah Dalimunthe  
Pekerjaan : Petani  
Alamat : GOTI, Jln. HT Rizal Nurdin Km.10  
Padangsidempuan Tenggara
- III. Pendidikan  
1. Tahun 2000-2006 : SD Negeri 200510 GOTI  
2. Tahun 2006-2009 : MTsN Model Padangsidempuan  
3. Tahun 2009-2012 : SMAN 8 Padangsidempuan  
4. Tahun 2012 : Masuk IAIN Padangsidempuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

B- 1928 /In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016

6 September 2016

Mohon Izin Riset

Rahmat Syariah Swalayan

Padangsidempuan

Walaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
mengatakan bahwa:

Nama : Fitri Hamsani Lubis  
NIM : 12 230 0003  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh  
dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rahmat Syariah Swalayan  
Padangsidempuan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan  
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Walaikum Wr.Wb.

Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001

**RAHMAT SYARIAH SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**  
**Jalan Sudirman/ Komplek City Walk Padangsidimpuan 22733**

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2016

Nomor : 00247/RS/CWP/11/2016  
Lamp : -  
Perihal : **Persetujuan Penelitian (Riset) di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan**

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Di -  
Tempat  
**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, amin yarabba 'alamin.

Menindak lanjut surat yang telah kami terima No: B-1928/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tanggal 06 September 2016 perihal mohon izin mengadakan penelitian, maka dengan ini dapat kami sampaikan bahwa:

Nama : Fitri Hamsani Lubis  
Nim : 12 230 0003  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah-4

Diberikan izin untuk melaksanakan penelitian (Riset) di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan pada bulan September sampai November 2016 dengan judul "**Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan**".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**

Padangsidimpuan, 24 November 2016  
Pimpinan Rahmat Syariah Swalayan

  
**Riswal Huddin Siregar**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rida Purih Km. 3.5 Sibolang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0614) 24091 Fax. (0614) 24092

**RAHMAT SYARIAH SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**  
**Jalan Sudirman/Komplek City Walk Padangsidempuan 22733**

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **RISWAL HUDDIN SIREGAR**  
Jabatan : Pimpinan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan  
Alamat : Padangsidempuan

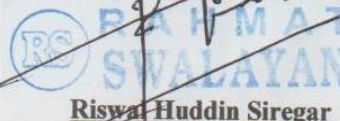
Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Fitri Hamsani Lubis  
Nim : 12 230 0003  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah-4  
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan

Benar telah selesai melakukan penelitian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan selama 3 (tiga) bulan, terhitung mulai tanggal 07 September 2016 sampai dengan 16 November 2016 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 24 November 2016  
Pimpinan Rahmat Syariah Swalayan

  
**Riswal Huddin Siregar**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-14/In.14/G.6a/PP.00.9/05/2016  
 Lampiran : -  
 Perihal : *Permohonan kesediaan menjadi pembimbing Skripsi*

Padangsidimpuan, 20 Mei 2016

Kepada Yth :  
 1. Khwanuddin Harahap, M.Ag  
 2. Delima Sari Lubis, MA

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

- Nama : Fitri Hamsani Lubis
- NIM : 12 230 0003
- Sem/Thn. Akademik : VIII/2015-2016
- Judul Pertama : Pengaruh Nilai-Nilai Syariah Terhadap Keputusan Pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan
- Judul Perbaikan : Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi pembimbing I dan pembimbing II penulisan penelitian skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Diketahui:

Dengan

*[Signature]*

Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
 NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

*[Signature]*  
 Rukiah, S.P., M.Si  
 NIP. 19760324 200604 2 002

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / ~~TIDAK BERSEDIA~~

PEMBIMBING I

*[Signature]*

Khwanuddin Harahap, M. Ag  
 NIP. 19770103 200212 1 001

BERSEDIA / ~~TIDAK BERSEDIA~~

PEMBIMBING II

*[Signature]*

Delima Sari Lubis