



Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Berkunjung Di BullsGym EcoClub Cabang Citra Raya

Yosa Nugroho ^{1*}, Fadillah ²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

* yosa.nugroho176@gmail.com, dosen02197@unpam.ac.id

Abstract. This study aims to determine the effect of facilities and business location on the decision to visit BullsGym EcoClub Citra Raya. This study uses a quantitative method. The population in this study is all members of BullsGym EcoClub Citra Raya, with a sample of 116 respondents using accidental sampling technique. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results show that facilities and business location have a significant effect on visiting decisions with a correlation coefficient value between facilities and visiting decisions of 0.811, indicating a strong relationship, and a coefficient of determination (R Square) value of 0.286. The hypothesis test showed a t -value $>$ t -table ($7.172 > 1.980$), so H_{01} was rejected and H_1 was accepted. Meanwhile, the correlation coefficient between business location and visit decisions was 0.683, indicating a strong relationship, and the coefficient of determination (R Square) was 0.542. The hypothesis test shows that the t -value is greater than the t -table value ($11.972 > 1.980$), so H_{02} is rejected and H_2 is accepted. Simultaneously, facilities and business location have a significant effect on decision to visit with the multiple linear regression equation $Y = 7.004 + 0.204 X_1 + 0.200 X_2$. A correlation coefficient value of 0.811 indicates a very strong relationship, with an R Square value of 0.685 or 68.50%. The F test shows that $F_{count} > F_{table}$ ($122.888 > 3.08$), so H_{03} is rejected and H_3 is accepted. Thus, it can be concluded that facilities and business location have a positive and significant effect on the decision to visit BullsGym EcoClub Citra Raya

Keywords: Facilities, Business Location, Visiting Decisions

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi usaha terhadap keputusan berkunjung di BullsGym EcoClub Citra Raya. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member BullsGym EcoClub Citra Raya, dengan sampel sebanyak 116 responden yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai koefisien korelasi antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,811 yang menunjukkan hubungan kuat, dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,286. Uji hipotesis menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,172 > 1,980$), sehingga H_{01} ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai koefisien korelasi antara lokasi usaha terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,683 yang menunjukkan hubungan kuat, dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,542. Uji hipotesis menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,972 > 1,980$), sehingga H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Secara simultan, fasilitas dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan persamaan regresi linier berganda $Y = 7,004 + 0,204 X_1 + 0,200 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,811 menunjukkan hubungan sangat kuat, dengan nilai R Square sebesar 0,685 atau sebesar 68,50%. Uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($122,888 > 3,08$), maka H_{03} ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di BullsGym EcoClub Citra Raya

Kata kunci: Fasilitas, Lokasi Usaha, Keputusan Berkunjung

LATAR BELAKANG

Bulls Gym Eco Club Citra Raya mempunyai 1 (satu) kolam renang dan 2 (dua) gedung yang dibedakan berdasarkan kegiatan yang dilakukan, gedung pertama khusus untuk *fitness center*, dan gedung lainnya digunakan untuk kelas tambahan seperti

yoga, dan zumba. Selain itu, fasilitas lainnya yang ditawarkan oleh Bulls Gym Eco Club Citra Raya adalah ruang tunggu *receptionist* yang bersih, kamar mandi *shower* dengan *water heater*, *locker room*, ruangan ber-AC, dan juga etalase produk produk untuk membantu pertumbuhan otot, seperti *whey protein*, *creatine*, suplemen tubuh, dan juga *mineral water*. *Fitness center* Bulls Gym juga menyediakan tim marketing yang siap membantu mengenai administrasi dari *member*. Selain tim marketing, Bulls Gym Eco Club Citra Raya juga menyediakan tim kebersihan untuk selalu menjaga kebersihan di dalam maupun diluar area *gym*

Kebersihan juga menjadi prioritas dari layanan Bulls Gym, dimana hal tersebut juga merupakan bagian dari misi Bulls Gym yaitu menciptakan dan memungkinkan pengalaman *fitness* yang tak tertandingi bagi semua *member*, dan memastikan semua orang *member* diberdayakan dan terinspirasi untuk mencapai tujuan kebugaran mereka. Beberapa kegiatan pembersihan yang dilakukan adalah pembersihan rutin *swimming pool*, pembersihan kaca secara berkala, dan pembersihan ruangan setiap hari. Berikut adalah data perbandingan fasilitas yang ada di Bulls Gym Eco Club Citra Raya dan juga Fit Hub Citra Raya:

Tabel 1. 1
Data Fasilitas Bulls Gym Eco Club Citra Raya Vs Fit Hub Citra Raya

No.	Fasilitas	Bulls Gym	Fit Hub
		Jumlah	Jumlah
1	Gedung	2	3
2	Kamar Mandi	8	10
3	<i>Locker Room</i>	36	50
4	Kelas	6	40
5	<i>Digital Health Scale</i>	-	2
6	Ruang Tunggu	1	1
7	<i>Water Refill</i>	-	1
8	Kolam Renang	1	-
9	<i>Leg Press Machine</i>	1	1
10	<i>Pec Deck Machine</i>	1	2
11	<i>Lat Pull Down Machine</i>	1	2
12	<i>Cable Machine</i>	1	6
13	<i>Smith Machine</i>	1	3
14	<i>Treadmill</i>	3	5
15	<i>Dumbbell</i>	48	72
16	<i>Bench Press</i>	2	2
17	<i>Seated Row</i>	-	1
18	<i>Leg Extention Machine</i>	-	1

Sumber: Bulls Gym Eco Club & Fit Hub Citra Raya

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Bulls Gym Eco Club Citra Raya memiliki beragam fasilitas yang bervariasi, namun jumlahnya masih lebih sedikit dibandingkan

dengan kompetitor terdekat yaitu Fit Hub Citra Raya. Beberapa fasilitas tersebut sudah bisa dimanfaatkan oleh *member* ketika sudah menjadi bagian dari Bulls Gym Eco Club Citra Raya. Disaat awal menjadi *member* Bulls Gym, calon *member* akan menandatangani kontrak perjanjian dimana didalam kontrak tersebut juga masih ditawarkan fasilitas lainnya seperti *free bag*, *member card*, dan *cuti member* yang tidak didapatkan di semua *fitness center*

Tabel 1. 2
Data Lokasi Bulls Gym Eco Club Citra Raya Tahun 2024

Data Lokasi Bulls Gym Eco Club Citra Raya Tahun 2024		
No.	Indikator	Keterangan
1	Nama Kecamatan	Panongan
2	Luas Kecamatan	36,14 Km ²
3	Jumlah Penduduk	129,996 Jiwa
4	Kepadatan Penduduk	3597 Jiwa/Km ²
5	Jumlah Usaha Yang Sama	19 Usaha

Sumber: BPS Kabupaten Tangerang Tahun 2024

Jika dilihat dari data yang ada pada tabel 1.2 tersebut, Kecamatan Panongan memiliki kepadatan penduduk yang lumayan ramai dengan 3597 Jiwa/Km². Fenomena ini tentunya mengindikasikan bahwa Kecamatan Panongan merupakan lokasi yang strategis untuk membangun suatu usaha. Namun ada aspek lain yang perlu dipertimbangkan saat menentukan lokasi untuk membuka sebuah usaha. Selain lokasi yang strategis, jumlah kompetitor juga harus diperhatikan sebelum memilih suatu lokasi untuk dijadikan tempat usaha

Tabel 1. 3
Data Jumlah Pengunjung Bulls Gym Eco Club Citra Raya Tahun 2024

Data Jumlah Pengunjung Bulls Gym Eco Club Citra Raya Tahun 2024			
No.	Bulan	Jumlah Pengunjung	
		<i>Member</i>	<i>Non-Member</i>
1	Januari	1.620	94
2	Februari	1.676	76
3	Maret	1.556	84
4	April	1.430	76
5	Mei	1.517	89
6	Juni	1.671	94
7	Juli	1.601	101
8	Agustus	1.549	74
9	September	1.763	85

**Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan
Berkunjung Di BullsGym EcoClub Cabang Citra Raya**

10	Oktober	1.798	79
11	November	1.885	98
12	Desember	1.843	103

Sumber: Bulls Gym Eco Club Citra Raya

Berdasarkan tabel 1.3 diatas bisa dilihat bahwa jumlah pengunjung Bulls Gym Eco Club Citra Raya pada tahun 2024 tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Dari uraian diatas, terlihat bahwa fasilitas dan lokasi usaha berhubungan erat dengan keputusan berkunjung masyarakat

Tabel 1.4
Tabel Pra-Survey

No.	Pernyataan	Jawaban				Jumlah Responden
		Ya	%	Tidak	%	
1	Apakah Anda tertarik dengan fasilitas kelas grup (yoga, zumba, boxing,dll.)	19	63,33%	11	36,67%	30
2	Apakah parkir sudah cukup memadai?	24	80,00%	6	20,00%	30
3	Apakah alat-alat fitness tersedia dalam kondisi baik?	18	60,00%	12	40,00%	30
4	Apakah alat fitness sudah cukup memadai?	9	30,00%	21	70,00%	30
5	Apakah staf atau pelatih di sini responsif dan membantu?	20	66,67%	10	33,33%	30
6	Apakah lokasi fitness center mudah ditemukan?	25	83,33%	5	16,67%	30
7	Apakah akses transportasi umum ke lokasi mudah?	12	40,00%	18	60,00%	30
8	Apakah lokasi fitness center dekat dengan tempat tinggal/kerja Anda?	16	53,33%	14	46,67%	30
9	Apakah lokasi fitness center bebas dari kemacetan parah?	14	46,67%	16	53,33%	30
10	Apakah bangunan disekitar lokasi sudah cukup mendukung kegiatan gym?	17	56,67%	13	43,33%	30
11	Apakah fasilitas yang lengkap mempengaruhi keputusan Anda?	28	93,33%	2	6,67%	30
12	Apakah rekomendasi teman/keluarga	19	63,33%	11	36,67%	30

No.	Pernyataan	Jawaban				Jumlah Responden
		Ya	%	Tidak	%	
	mempengaruhi pilihan Anda?					
13	Apakah lokasi yang strategis menentukan pilihan Anda?	23	76,67%	7	23,33%	30
14	Apakah ketersediaan pelatih berpengaruh pada keputusan Anda?	16	53,33%	14	46,67%	30
15	Apakah Anda akan merekomendasikan <i>fitness center</i> ini kepada orang lain?	17	56,67%	13	43,33%	30

Sumber: Pengolahan data primer 2025

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat diuraikan bahwa jawaban responden Pra-survei pada pertanyaan nomor 11, fasilitas mempengaruhi keputusan, dimana yang menjawab Ya sebanyak 28 orang dari 30 responden atau dengan dipersentasekan sebesar 93,33% dan yang menjawab tidak sebanyak 2 (dua) orang atau dengan persentase 6,67%. Selanjutnya pertanyaan nomor 13, lokasi strategis menentukan pilihan, dimana yang menjawab ya sebanyak 23 orang dari 30 responden atau dengan dipersentasekan sebesar 76,67% dan yang menjawab tidak sebanyak 7 (tujuh) orang atau dengan persentase 23,33%.

KAJIAN TEORITIS

Fasilitas

Menurut Natsir dkk (2022) fasilitas mencakup segala sesuatu yang dapat mendukung kelancaran aktivitas atau upaya dalam mencapai tujuan tertentu, baik itu dalam bentuk barang maupun uang yang dilakukan oleh individu atau kelompok masyarakat. Fasilitas adalah sesuatu yang tak bisa dipisahkan dari eksistensi manusia. Hal ini karena hampir semua aspek kehidupan memerlukan adanya fasilitas. Fasilitas yang ditawarkan mendorong pelanggan untuk membuat keputusan

Lokasi Usaha

Menurut Yusuf, dkk (2024) lokasi adalah salah satu elemen situasional yang berperan dalam keputusan berkunjung. Dalam dunia pemasaran, terdapat istilah bauran pemasaran yang melibatkan produk, harga, promosi, dan lokasi usaha. Dalam konteks bauran pemasaran, lokasi usaha dapat diartikan sebagai saluran distribusi perusahaan karena lokasi memiliki hubungan langsung dengan konsumen

Keputusan Berkunjung

Menurut Muchtarom dkk (2022) pengambilan keputusan adalah proses penilaian dan pemilihan. Keputusan ini telah diputuskan setelah melakukan beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum membuat keputusan, ada tahap yang mungkin akan

dilalui oleh pembuat keputusan. Tahapan tersebut dapat melibatkan mengidentifikasi masalah utama, mengevaluasi alternatif, dan menentukan keputusan terbaik

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55) “penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan apabila ada seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu. Adapun penelitian ini menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi usaha terhadap keputusan berkunjung di Bulls Gym Eco Club Citra Raya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. Berdasarkan tabel, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, sampel (n) yang akan diuji berjumlah 116 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n-2$, maka $df = 116-2 = 114$ maka didapat r tabel sebesar 0,1824. Dari tabel diatas menunjukkan pernyataan-pernyataan pada variabel Fasilitas dapat dikatakan valid, karena seluruh pernyataan memiliki signifikan dibawah 0,05
2. Berdasarkan tabel 4.8 diatas, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, sampel (n) yang akan diuji berjumlah 116 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n-2$, maka $df = 116-2 = 114$ maka didapat r tabel sebesar 0,1824. Dari tabel diatas menunjukkan pernyataan-pernyataan pada variabel Fasilitas dapat dikatakan valid, karena seluruh pernyataan memiliki signifikan dibawah 0,05
3. Berdasarkan tabel 4.9 diatas, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, sampel (n) yang akan diuji berjumlah 116 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n-2$, maka $df = 116-2 = 114$ maka didapat r tabel sebesar 0,1824. Dari tabel diatas menunjukkan pernyataan-pernyataan pada variabel Fasilitas dapat dikatakan valid, karena seluruh pernyataan memiliki signifikan dibawah 0,05

Uji Reliabilitas

Semua instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila menghasilkan pengukuran yang konsisten jika dilakukan pengukuran berkali-kali. Untuk pengujian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Jika hasil dari *Cronbach Alpha* memiliki nilai diatas 0.60 maka dikatakan bahwa data tersebut mempunyai keandalan atau reliabel (Ghozali, 2018)

Tabel 4.10
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reabilitas	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	0.620	0.600	Realibel
Lokasi Usaha (X ₂)	0.652	0.600	Realibel
Keputusan Berkunjung (Y)	0.668	0.600	Realibel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Suatu variabel akan dikatakan realibel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.600. Pada hasil analisis diatas dapat dilihat bahwa *Cronbach Alpha* dari variabel Fasilitas (X₁) adalah 0.620 sehingga dikatakan realibel. Variabel Lokasi Usaha (X₂) memiliki *Cronbach Alpha* 0.652 dan dinyatakan realibel dan variabel Keputusan Berkunjung (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0.668 sehingga realibel

Uji Normalitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,12702644
Most Extreme Differences	Absolute		,079
	Positive		,042
	Negative		-,079
Test Statistic			,079
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,074
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		,071
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,064
		Upper Bound	,077

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1335104164.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 diatas, nilai signifikansi sebesar 0,074 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa distribusi persamaan dalam uji ini adalah Normal

Uji Multikolineritas

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Multikonelineritas dengan *Collinearity Statistic Coefficients^a*

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,004	1,072		6,532	<,001		
	FASILITAS	,204	,029	,389	7,172	<,001	,950	1,053
	LOKASI USAHA	,200	,017	,649	11,972	<,001	,950	1,053

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel Fasilitas dan Lokasi Usaha sebesar $0,950 > 0,10$. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel Fasilitas dan Lokasi Usaha sebesar $1,053 < 10,00$. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikonelineritas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Uji Heteroskedastisitas dengan Uji *Glejser*

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5,749	2,372		,017
	FASILITAS	-,010	,059	-,016	,869
	LOKASI USAHA	-,047	,036	-,123	,198

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 diatas, *Glejser test* model terjadi pada variabel Fasilitas (X_1) diperoleh nilai Probability Signifikasi (Sig.) sebesar 0,869 sedangkan pada variabel Harga (X_2) diperoleh nilai signifikasi (Sig.) 0,198. Kedua nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi dengan *Durbin-Watson*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,197 ^a	,039	,021	3,28759	1,929

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, LOKASI USAHA
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 diatas, model regresi ini tidak ada gangguan autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.929 yang berada

diantara interval 1.550 – 2.460. sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat autokorelasi

Uji Regresi Linier

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda Variabel Fasilitas (X₁) dan Lokasi Usaha (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7,004	3,574		,052
	FASILITAS	,204	,095	,190	,034
	LOKASI USAHA	,200	,056	,317	<,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 4.16 diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 7,004 + 0,204 X_1 + 0,200 X_2$ dari persamaan ini maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut

1. Nilai Fasilitas (X₁) dan Lokasi Usaha (X₂) menunjukkan hasil yang searah positif, yang berarti terdapat pengaruh positif antara Fasilitas (X₁) dan Lokasi Usaha (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Jika Fasilitas (X₁) dan Lokasi Usaha (X₂) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan tetap 7,004
2. Nilai konstanta Fasilitas (X₁) menunjukkan hasil yang searah positif sebesar 0,204 terhadap Keputusan Berkunjung (Y), yang berarti jika Fasilitas (X₁) di Bulls Gym Eco Club Citra Raya meningkat satu satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) meningkat 0,204
3. Nilai konstanta Lokasi Usaha (X₂) menunjukkan hasil yang searah positif sebesar 0,200 terhadap Keputusan Berkunjung (Y), yang berarti jika lokasi Usaha (X₂) di Bulls Gym Eco Club Citra Raya meningkat satu satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) meningkat 0,200

Analisis Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Fasilitas (X₁) dan Lokasi Usaha (X₂) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Correlations				
		X1	X2	Y
FASILITAS	Pearson Correlation	1	,736*	,811
	Sig. (2-tailed)		,002	,003
	N	116	116	116
LOKASI USAHA	Pearson Correlation	,736*	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,002		<,001
	N	116	116	116
KEPUTUSAN BERKUNJUNG	Pearson Correlation	,811	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	<,001	
	N	116	116	116

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien korelasi yang diperoleh yaitu nilai koefisien korelasi Fasilitas (X_1) dan Lokasi Usaha (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,811. Sesuai dengan ketentuan interval koefisien. Hasil penelitian terhadap 116 responden menunjukkan bahwa koefisien korelasi berada pada tingkat 0,800 – 1,000 maka tingkat keeratan korelasi antar variabel diartikan sangat kuat

Koefisien Determinasi

Tabel 4.23

Hasil Uji Determinasi Secara Simultan Antara Fasilitas (X_1) dan Lokasi Usaha (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 ^a	,685	,679	1,103
a. Predictors: (Constant), FASILITAS, LOKASI USAHA				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, diperoleh nilai *Adjusted Square* (R^2) sebesar 0,685 = 68,5% maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Lokasi Usaha (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 68,5% sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang diteliti

Uji Hipotesis

Tabel 4.24

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,004	1,072		6,532	<,001
	FASILITAS	,204	,029	,389	7,172	<,001
	LOKASI USAHA	,200	,017	,649	11,972	<,001
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, hasil uji t masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

1. Variabel Fasilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 7,172 lebih besar dari t_{tabel} ($Dk = n-k-1$) = 1,980, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka demikian hipotesis menyatakan bahwa “Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Bulls Gym Eco Club Citra Raya”.

2. Variabel Lokasi Usaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 sementara nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 11,972 lebih besar dari t_{tabel} ($Dk = n-k-1 = 1,980$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka demikian hipotesis menyatakan bahwa “Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Bulls Gym Eco Club Citra Raya”.

Tabel 4.25
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299,100	2	149,550	122,888	<,001 ^b
	Residual	137,516	113	1,217		
	Total	436,617	115			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG						
b. Predictors: (Constant), FASILITAS, LOKASI USAHA						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 31

Hasil Output SPSS pada tabel 4.25 ANOVA diatas menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Lokasi Usaha memiliki nilai F hitung sebesar 122,888 dengan nilai signifikansi <0,001. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel $122,888 > 3,08$ ($DK = n-2+3,08$) dan nilai signifikansi pada variabel Fasilitas dan Lokasi Usaha lebih kecil dari signifikansi standar, yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Fasilitas dan Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Bulls Gym Eco Club Citra Raya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis mengenai “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Bulls Gym Eco Club Citra Raya”. Maka penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $7,172 > 1,980$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,01. Selain itu, berdasarkan nilai *Adjusted Square* (R^2) yang diperoleh yaitu sebesar $0,286 = 28,6\%$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Fasilitas (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 28,6% sedangkan sisanya 71,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang diteliti.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $11,972 > 1,980$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,01. Selain itu, berdasarkan nilai *Adjusted Square* (R^2) sebesar $0,542 = 54,2\%$ maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Lokasi Usaha (X_2)

- terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 54,2% sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang diteliti
3. Pengaruh penelitian ini menunjukkan bahwa Fasilitas dan Lokasi Usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ $122,888 > 3,08$, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,01. Selain itu, berdasarkan nilai *Adjusted Square* (R²) sebesar $0,685 = 68,5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Lokasi Usaha (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 68,5% sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang diteliti. Dan berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 7,004 + 0,204 X_1 + 0,200 X_2$

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pemasaran Global: Tinjauan Pemasaran Strategis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Yulianti F, Lamsah. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish

Jurnal

- Aisyah, S. (2021). *Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan*.
- Alhayra, A. R., Ruma, Z., & Natsir, D. U. (2022). *Pengaruh Fasilitas Kantor Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Puskesmas Herlang Kabupaten Bulukumba*. 2(5). <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Ameliah, D., & Mogi, A. (2025). *Pengaruh Kompensas Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Cipta Mulia Kreasindo (CMK) Bogor Jawa Barat*.

- Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(1), 118–132.
<https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Anassuri, K., Pramutoko, B., & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Sate Pak Eko Satak Kecamatan Puncu Kediri. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 73–85.
<https://doi.org/10.58192/populer.v2i4.1399>
- Anhar, Haryanti, I., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 52–58. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i3.333>
- Bulam, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). *Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe* (Vol. 2, Issue 1).
- Depani, P. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cibadak Sukabumi*.
<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>
- Fadillah, Suhud, U., & Wibowo, S. F. (2025). Analysis of Consumer Behavior and Purchase Decisions in the Phenomenon of Pertamina Fuel Adulteration: A Case Study on the Shift to Shell Fuel in Urban Areas of Indonesia. *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 84–92.
<https://doi.org/10.38035/gijea.v3i1>
- Fauzi, R., & Fatimah. (2025). Pengaruh Motivasi dan Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Tom Cococha Indonesia Tbk Kabupaten Bogor. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 55–64.
<https://doi.org/https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i1.310>
- Fernanda, R., & Gustiana, I. S. (2024). Pengaruh Lokasi terhadap Penjualan Ayam Geprek Pakde Kota Palembang. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(4), 01–11. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i4.1967>
- Hadi, L., & Permatasari, R. J. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Grindak Artha Prima Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 48–57.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i9.2408>
- Irfanudin, A. M. (2021). Pengaruh Konflik dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Wilayah Tigaraksa. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 12–23.
<https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.150>
- Jannah, M. R., & Siregar, S. L. (2024). *Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening*.
- Jeka, F., Samsu, Indriyanti, T., & Asrulla. (2024). *Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*. 15(1).

- Jeurbun, E., & Nugraha, R. N. (2024). Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata Di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 262–296.
- Kasita, S. D., Aqil, M., Sibgatullah, M., & Adra, S. (2024). *Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Nirwana di Kabupaten Mamuju*: Vol. XI (Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54131/jbma.v11i2.200>
- Khoirunnisa, Z., Arisman, H. A., & Patimah, T. (2024). Pengaruh Service Quality , Lokasi Dan Store Athmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen D’balong Coffe Kota Tasikmalaya). *Jurnal Multimedia Dehasen*, 1(4), 275–288. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/mude.v3i4.6836>
- Khotimah, A. E. R., & Budiningrum, E. W. (2024). Pengaruh Fasilitas Kantor Terhadap Kinerja Pegawai Di Bagian SDM dan Sekretariat PT Madu Baru Yogyakarta. In *JMMU* (Vol. 1, Issue 1).
- Kurniawan, Moh. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Jurnal Eco-Entrepreneurship*, 7(2), 152–164.
- Leonardi, L., Syah, T. Y. R., Negoro, D. A., & Sunaryanto, K. (2024). Analisa Pemasaran Pada Perencanaan Bisnis Klinik Delka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6303–6308.
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023a). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023b). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Mahmud. (2023). *Pengaruh Varian Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Mangkusari Muara Teweh Kabupaten Barito Utara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.51512/jimb.v7i01.172>
- Manurung, R. S., Lubis, N. W., & Hasyim, D. (2023). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Pasir Putih Parparean Kabupaten Toba. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.46880/mtx.Vol6No1.pp43-57>
- Marsya, A., Musthofa, M. A., Nurjali, & Wandu. (2025). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pisang ‘MERASA’ di Kabupaten Tanjung Jabung Timur*. 12(1).
- Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economia*, 2(3), 727. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel

- Sonder. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35296>
- Muavivah, E., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baso Aci Di Madrasah Jakarta Selatan. *Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 192. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JPTIM>
- Naibaho, J. S. S., & Sitinjak, I. (2021). Dampak Karakter Wirausaha dan Lokasi Usaha Bagi Keberhasilan Usaha Toko Pakaian di Kota Medan. *Journal of Economics and Business*, 1(02), 52–64.
- Nasution, E. M., M. Rikwan E.S. Manik, Tanjung, H., & Bi Rahmani, N. A. (2024). Manajemen Nabi Muhammad SAW (Pengelolaan Risk Management Dan Marketing Menurut Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 452. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12334>
- Nur Fa'izah, E. (2022). Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di SDII Luqman Al-Hakim Batam. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 458–468. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v1i5.723>
- Rahmah, A., Pauzy, D. M., & Irawan, I. A. (2024). Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Azad di Kawasan Pertokoan Cihideung Tasikmalaya). In *Location And Service Quality On Purchase Decisions* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.70963/jmea.v1i1.85>
- Ramadanti, A. D., & Ariyanto, A. (2025). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BIGER PRINTING PERUMNAS 2 KARAWACI TANGERANG THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT BIGER PRINTING PERUMNAS 2 KARAWACI TANGERANG*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Rara', B., Pasulu, I., & Kannapadang, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Riski, M. I., Wijaya, E., & Zoniarti. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Sewa Papan Bunga Di Galeri Asiah Florist Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 31. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jemba.v1i1.450>
- Rodli, A. F., & Khalimah, S. (2021). *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Tanaman Hias Di Pasar Puspa Agro Sidoarjo* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.940>
- Saputra, C. D., & Sardanto, R. (2025). *Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Goa Margo Tresno* (Vol. 4).

- Sari, P. A. P., Wahyuni, I., & Ediyanto. (2025). Pengaruh Keragaman Produk, Fasilitas dan E-WOM Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Fortuna Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Interventing. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(6), 1133–1145. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/jme.v3i6.5033>
- Sirait, M. P. L., & Pantro, R. P. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Membership di Ikigai Fitness Kartini. In *Panorama Nusantara* (Vol. 18). <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panorama>
- Syarifudin, Sabri, Ramianti, & Hamdan. (2022). Pengaruh Faktor Lokasi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Caffé Puja Sera. *JUIM*, 5, 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/juiim.v5i1.533>
- Tohir, S. (2025). Kepemimpinan Dakwah Rasulullah SAW (Dalam Perspektif Manajemen)MANAJEMEN). *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(1), 75–85. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i1.323>
- Wijaya, A. A. M. K., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mina Dalung. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(1), 1. <http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/8016>
- Wijaya, L. F., Chandra, A. G., Nainggolan, T., & Berlien, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Indako Trading Coy Medan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1434–1444. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14094>