

ABSTRAK

Perkembangan sektor industri dan perdagangan yang sedang berkembang pesat saat ini menyebabkan terjadinya perubahan di berbagai usaha. Salah satunya usaha di bidang ritel yaitu swalayan. Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, produsen akan melakukan berbagai strategi pemasaran salah satunya yaitu dengan kelengkapan produk dan kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan *Software Statistic SPSS 16.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk secara parsial, menunjukkan $t_{hitung} 5,762 > t_{tabel} 1,98472$ dengan sig. sebesar 0,000 yang artinya variabel Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial menunjukkan $t_{hitung} 5,536 > t_{tabel} 1,98472$ dengan sig. sebesar 0,000 yang artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji – F), terlihat bahwa $F_{hitung} 105,179 > F_{tabel} 3,94$ dengan sig. sebesar 0,000 yang artinya variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Angka *R Square* sebesar 68,4% menunjukkan pengaruh antara variabel independen yaitu Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Konsumen. Sedangkan sisanya 31,6% dipengaruhi dan dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen.

ABSTRACT

Development of a growing industrial and trade sector nowadays it is causing rapid changes in various business. One of the businesses in the retail sector is self – service. In increasing consumer purchasing decisions., producers will carry out various marketing strategies, one of which is the quality of good service. This study aims to determine whether the Product Completeness and Service Quality variables have a simultaneous and partial effect on Consumer Purchasing Decisions at Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. This study uses descriptive quantitative methods. The population in this study were consumers who shop at the Toko Makmur Bangunan Sidoarjo with a total sample of 100 people. The data analysis technique used is the instrument test method, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. This test is carried out using the help of the SPSS 16.0 Software Statistics. The result showed that the Product Completeness variable was partial, showing $t_{count} 5,762 > t_{table} 1,98472$ with sig. equal to 0,000 which means that the Product Completeness variable has a positive and significant effect partially on Consumer Purchase Decisions at Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Service Quality variables partially show $t_{count} 5,536 > t_{table} 1,98472$ with sig. amounting to 0,000 which means that the Service Quality variables has a positive and significant effect partially on Consumer Purchase Decisions at Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Based on simultaneous testing (test – F), it can be seen that $F_{count} 105,179 > F_{table} 3,94$ with sig. amounting to 0,000 which means that the Complete Product and Service Quality variables together (simultaneous) have a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. The R Square number of 68,4% shows the influence between the independent variables namely the completeness of the product and the quality of service on the dependent variable, namely the Consumer Purchase Decision. While the remaining 31,6% is influenced and explained by other factors not examined in this study.

Keyword : Product Completeness, Service Quality, Consumer Purchasing Decision.