

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO MAKMUR
BANGUNAN SIDOARJO**

JURNAL



**STIE
MAHARDHIKA SURABAYA**

Oleh :

SITI SHOCHIKATIN

NIM.15211359

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO MAKMUR
BANGUNAN SIDOARJO**

ochinona58@gmail.com

Siti Shochikatin

STIE Mahardhika Surabaya

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.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semakin bertambah pesatnya industri, perumahan dan perekonomian dalam masyarakat banyak terjadi persaingan diberbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia

bisnis. Banyak usaha toko bangunan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu toko bangunan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Salah satunya dalam bidang

pelayanan dan kelengkapan produk. Dalam sudut pandang konsumen, produk merupakan kumpulan dari berbagai atribut yang dapat memberikan manfaat kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian. Menurut Herdiana (2015:71) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. Adanya kelengkapan produk dalam sebuah toko tentunya akan menarik minat pelanggan dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Kualitas layanan merupakan hal yang paling penting diperhatikan oleh pemilik toko karena dengan

yang disediakan. kualitas layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Selain itu dengan adanya kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi pelanggan setia di toko tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012:83) kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan perilaku yang terbentuk terhadap barang atau jasa sebagai pembelian produk tersebut. Kepuasan konsumen ini sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis atau perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan jasa / produk yang digunakannya akan kembali menggunakan jasa / produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan pelanggan.

Hal – hal tersebut di atas menjadi faktor yang membantu konsumen memutuskan akan berbelanja ditempat tersebut, baik itu karena kelengkapan produknya ataupun karena kualitas layanannya. Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan – pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran – sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing – masing. Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai Keputusan pembelian konsumen “Toko Makmur Bangunan Sidoarjo dengan judul

“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO MAKMUR BANGUNAN SIDOARJO”.

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo

Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo

LANDASAN TEORI

Kelengkapan Produk

Menurut Sangadji (2013:15) Produk adalah segala sesuatu yang dapat

ditawarkan

ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Produk diciptakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap orang memuaskan kebutuhan dan keinginannya dengan produk, baik yang berwujud maupun tidak berwujud (jasa).

Menurut Utami (2012:162) Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal ini

memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang dapat di lihat.

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Amstrong (2012:681) menyatakan "*Quality is the totality and characteristics of the product and service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*", maksud dari definisi adalah kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

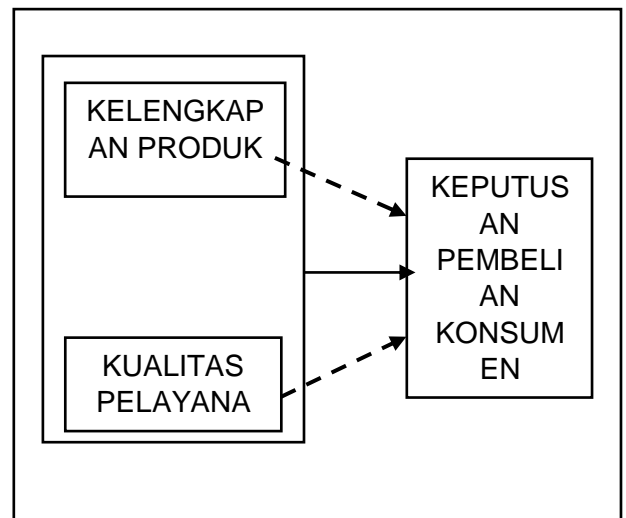
Keputusan Pembelian

Harmani (2013: 41) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen adalah proses pemilihan diantara dua atau lebih alternatif dimana terdapat lima peran yang terjadi dalam keputusan pembelian yaitu pemrakarsa, pemberi pengaruh pengambilan keputusan, pembeli, dan pemakai.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan dari

variabel independen, yaitu kelengkapan produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) sebagai berikut :



Gambar 2.3 kerangka konseptual

Sumber : Data diolah 2018

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo yang jumlah pembeli/konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

Makmur Bangunan Sidoarjo yang beralamatkan di Jl. Raya Prasung Lingkaran Timur, Kelurahan Prasung, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo.

$$n = \frac{z^2 1-\alpha / 2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 %
= 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan sampel sebanyak 100 orang.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.

2. Metode 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 juga respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2013:137).

3. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142).

Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dikumpulkan berupa angka – angka yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Misal,

hasil uji statistik SPSS 16.0 dari kuesioner responden diolah dan ditunjukkan pada uji validitas serta uji reabilitas tentang kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo dapat menunjukkan seberapa besar tingkat keputusan pembelian produk oleh konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data tertulis yang berasal dari customer Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Misal, hasil observasi, wawancara dan kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti kepada tiap responden.

Sumber dan Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti yang masih perlu diolah (Sanusi 2013:104). Dipenelitian ini data diperoleh langsung dari responden

dengan menyebarkan kuesioner datang ke Toko Makmur Bangunan Sidoarjo.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain atau diperoleh dari pemilik Toko Makmur Bangunan Sidoarjo.

Analisis Data

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Adapun pengertian analisis deskriptif secara kuantitatif menurut Sanusi (2013:115) adalah merupakan cara pengumpulan data berupa angka – angka yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Untuk mengetahui angka – angka tersebut digunakan software SPSS versi 16.0.

Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan

Uji Asumsi Klasik

Uji Validitas

Adapun kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka nomor pertanyaan

kepada pembeli yang tersebut valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka nomor pertanyaan tersebut tidak valid

Uji Reliabilitas

Adapun cara menentukan kriteria reliabilitas, yaitu:

a. Jika nilai koefisien reliabilitas (*alpha*) $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

b. Jika nilai koefisien reliabilitas (*alpha*) $< 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki reliabilitas yang tidak baik

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk pengambilan keputusan apakah data normal atau tidak, maka cukup membaca pada nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-tailed*). Jika signifikansi kurang dari 0,05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika nilai

signifikansi lebih dari 0,05, kurva mengikuti garis diagonal maka data distribusi normal (Priyanto, 2014:77).

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105). Mengatakan bahwa uji Multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Jika nilai $tolerance \leq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ maka hal ini menunjukkan adanya Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik pada grafik regresi untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas, kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola

terbentuk lonceng dan titik -titik

tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

b). Jika ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Priyatno, 2014:147)

Analisis Regresi Berganda (Multiple Regression)

Permasalahan yang akan dibahas adalah sampai mana pengaruh faktor variabel bebas yaitu kelengkapan produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen (Y) customer yang datang ke Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Dengan menggunakan analisis regresi berganda karena variabel dependen dipengaruhi dua variabel

independen (Sugiyono, 2013:45).

Rumus matematikanya adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan

pembelian konsumen

a = konstanta

b = koefisien regresi
variabel independen atau

variabel bebas

X₁ = kelengkapan produk

X₂ = kualitas pelayanan

e = *standart error*

Pengujian Hipotesis Uji t

Membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel}

Ho diterima dan Ha ditolak, jika T_{tabel} > T_{hitung}.

Ho ditolak dan Ha diterima, jika T_{tabel} < T_{hitung}.

sebagai berikut :

Uji F

Membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

Ho diterima dan Ha ditolak, jika F_{tabel} > F_{hitung}.

Ho ditolak dan Ha diterima, jika F_{tabel} < F_{hitung}.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi > 0,5, berarti variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan baik atau kuat. Nilai koefisien determinasi = 0,5, berarti variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan tingkat sedang. Nilai koefisien determinasi < 0,5, berarti variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan relatif kurang baik atau kurang kuat. Pemilihan variabel yang kurang tepat atau pengukuran yang tidak akurat menjadi penyebab nilai koefisien determinasi < 0,5, (Suharyadi dan Purwanto, 2013: 233).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

1. Variabel Kelengkapan Produk

(X_1)

Tabel 4. 18

Hasil Uji Validitas Variabel

Independen (X_1)

No	Kelengkapan Produk (X)	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan.	0,822	0,1966	Valid
2	Kelengkapan merek produk yang ditawarkan.	0,881	0,1966	Valid
3	Kelengkapan variasi ukuran produk yang ditawarkan.	0,534	0,1966	Valid
4	Kelengkapan kualitas produk yang ditawarkan.	0,729	0,1966	Valid

Sumber Data : Output SPSS

(Lampiran)

2. Variabel Kualitas Pelayanan

(X_2)

Tabel 4.19

Hasil Uji Validitas Variabel

Independen (X_2)

No	Kualitas Pelayanan (X_2)	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	0,767	0,19 66	Valid
2	<i>Reability</i> (Keandalan)	0,673	0,19 66	Valid
3	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	0,801	0,19 66	Valid
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,571	0,19 66	Valid
5	<i>Empathy</i>	0,359	0,19 66	Valid

Sumber Data : Output SPSS

(Lampiran)

3. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tabel 4.20

**Hasil Uji Validitas Variabel
Dependen (Y)**

No	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Pemilihan Merek	0,707	0,1966	Valid
2	Pemilihan Pemasok (Toko)	0,553	0,1966	Valid
3	Pemilihan Kuantitas (Jumlah Pembelian)	0,559	0,1966	Valid
4	Keputusan Waktu Pembelian Secara Rutin	0,632	0,1966	Valid
5	Pemilihan Produk	0,397	0,1966	Valid

Sumber : Output SPSS (Lampiran)

Dari tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pertanyaan variabel independen kelengkapan produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan variabel dependen

keputusan pembelian konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo (Y) adalah valid, karena nilai r_{hitung} setiap butir pertanyaan lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.21

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel
Independen dan Dependen**

No	Variabel	Nilai α	Nilai Kritis	Ket
1	Kelengkapan Produk	0,888	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,886	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian Konsumen	0,883	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS (Lampiran)

Dari tabel 4.21 untuk variabel independen dapat dilihat bahwa *cronbach alpha* variabel kelengkapan produk (X_1) yang telah dihitung dengan uji reliabilitas menunjukkan nilai $\alpha = 0,888$ dan variabel kualitas pelayanan (X_2) menunjukkan nilai $\alpha =$

0,886. Kemudian untuk variabel dependen dapat dilihat bahwa *cronbach alpha* variabel keputusan pembelian konsumen (Y) yang telah dihitung dengan uji reliabilitas juga menunjukkan nilai $\alpha = 0,883$, maka dapat dikatakan sudah reliabel, hal ini dikarenakan sudah melebihi nilai kritis 0,60.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.24

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.773	.949		5.027	.000
	KELENGKAPAN PRODUK	.407	.071	.458	5.762	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.425	.077	.440	5.536	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda yang ditunjukkan dalam tabel 4.24 tersebut di atas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,773 + 0,407X_1 + 0,425X_2 + e$$

1. Konstanta (a) = 4,773 nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen, dimana jika variabel bebas yang terdiri dari karakteristi kelengkapan produk (X_1) dan karakteristik kualitas pelayanan (X_2) = 0, maka keputusan pembelian pada konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo sebesar 4,773.

2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,407 menunjukkan bahwa variabel karakteristik kelengkapan produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen, atau dengan kata lain setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik kelengkapan produk, maka keputusan pembelian

pada konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo meningkat sebesar 0,407 satuan.

3. Koefisien X_2 (b_2) = 0,425 menunjukkan bahwa variabel karakteristik kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Makmur Bangunan Sidoarjo, atau dengan kata lain setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik lokasi usaha maka keputusan pembelian pada konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo meningkat sebesar 0,425.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kelengkapan Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari variabel kelengkapan produk, dapat dilihat pada Tabel 4.25 bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,762 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472 sehingga t_{hitung} 5,762 > t_{tabel} 1,98472 serta tingkat signifikannya sebesar 0,000, maka

dapat diartikan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Hal ini berarti pada hipotesis penelitian, H1 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Supirman (2016) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada kuisisioner yang telah disebarkan, pernyataan dengan mayoritas responden tertinggi menjawab setuju adalah bahwa Toko Makmur Bangunan Sidoarjo termasuk toko yang mempunyai barang lumayan lengkap dengan prosentase jawaban setuju responden 50% (50 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur

Bangunan Sidoarjo belum menyediakan produk dengan berbagai pilihan merek dengan prosentase jawaban setuju 46% (46 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan Sidoarjo juga kurang melengkapi variasi ukuran produk dengan prosentase jawaban setuju 43% (43 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan Sidoarjo telah menyediakan produk dengan beberapa pilihan (tingkatan) kualitas dengan prosentase jawaban setuju 58% (58 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Menurut Pujiastuti dan Hafidzi (dalam Wibawa, 2014:23) terdapat 6 faktor-faktor yang mempengaruhi kelengkapan produk yang ditawarkan oleh swalayan agar menarik konsumen untuk melakukan pembelian, yaitu kelengkapan variasi

bentuk barang yang ditawarkan, kelengkapan variasi ukuran barang yang ditawarkan, produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan sehari-hari, produk yang ditawarkan berkualitas, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang tersedia. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, rata-rata responden menjawab setiap pernyataan yang berjumlah 4 pernyataan dari variabel kelengkapan produk dengan respon positif.

Hal ini membuktikan teori yang menyatakan bahwa ketersediaan barang suatu pasar swalayan meliputi variasi merek yang banyak, tipe, dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam –macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli. Semakin lengkap pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Fadmawati, 2014).

4.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari variabel kualitas pelayanan, dapat dilihat pada Tabel 4.25 bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,536 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472 sehingga $t_{hitung} 5,536 > t_{tabel} 1,98472$ serta tingkat signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Hal ini berarti pada hipotesis penelitian, H2 diterima.

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada kuisioner yang telah disebarkan, pernyataan dengan mayoritas responden tertinggi menjawab setuju adalah bahwa Toko Makmur Bangunan Sidoarjo memiliki fasilitas/sarana prasarana pelayanan yang memadai dengan prosentase jawaban setuju 62% (62 responden dari 100 responden) dibandingkan

dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan Sidoarjo merupakan Toko Bangunan dengan SDM (karyawan) yang cukup handal dalam mendeskripsikan barang yang mereka jual dengan prosentase jawaban setuju responden 47% (47 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan Sidoarjo merupakan Toko Bangunan dengan SDM (karyawan) yang tanggap dalam mengidentifikasi kebutuhan yang dibutuhkan konsumen dengan prosentase jawaban setuju 69% (69 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan Sidoarjo merupakan Toko Bangunan yang cukup dapat dipercaya dalam kualitas produk yang mereka jual dengan prosentase jawaban setuju 44% (44 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Toko Makmur Bangunan

Sidoarjo memiliki SDM (karyawan) yang sangat memperhatikan konsumennya dengan prosentase jawaban setuju 71% (71 responden dari 100 responden) dibandingkan dengan pernyataan responden lainnya. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, rata-rata responden menjawab setiap pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dari variabel kualitas pelayanan dengan respon positif.

Hal ini membuktikan pernyataan Kotler (2000:440) dalam Buchari Alma (2013:284-285) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa (pelayanan) disingkat dengan TERRA yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan suatu Toko Bangunan meliputi *Tangibles* (Bukti fisik), *Reability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Perhatian).

4.4.3. Pengaruh Kelengkapan Produk (X_1) dan Kualitas

Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat hasil uji F pada tabel 4.26 yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 105,179 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,94, sehingga $F_{hitung} 105,179 > F_{tabel} 3,94$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo. Hal ini berarti pada hipotesis penelitian yaitu H3 diterima.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.27, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian Konsumen) memiliki hubungan positif yang erat. Dengan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,684 menunjukkan bahwa kelengkapan

produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar 68,4%. Sedangkan sisanya sebesar 31,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo adalah variabel kelengkapan produk. Hal ini dapat diketahui dengan melihat *standardized coefficients beta* yang paling tinggi sebesar 0,458, dibanding variabel kualitas pelayanan sebesar 0,440. Hal tersebut didorong oleh kelengkapan dari ukuran, bentuk, variasi barang dan produk yang ditawarkan oleh Toko Makmur Bangunan Sidoarjo sesuai dengan kebutuhan konsumen sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo sebab konsumen akan lebih tertarik untuk berbelanja di toko dengan varian produk yang cenderung lengkap.

2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo sebab ketepatan waktu pengiriman sebagai bentuk pelayanan yang diberikan oleh toko dapat memberikan kepuasan kepada konsumen Toko Makmur Bangunan Sidoarjo.

3. Hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas

Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo sebab kelengkapan produk dan pelayanan pengiriman merupakan faktor utama pendukung keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja di Toko Makmur Bangunan Sidoarjo.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan penulis sebagai bahan masukan dalam peningkatan mutu dan manfaat bagi penelitian ini adalah:

1. Pelaku usaha harus lebih memperhatikan kelengkapan produk yang dijual seperti menambah jenis item barang agar Toko Makmur Bangunan Sidoarjo lebih komplit lagi
2. Pelaku usaha harus lebih memperhatikan kelengkapan produk yang dijual seperti merek

tertentu yang sering dicari oleh konsumen.

3. Pelaku usaha diharapkan agar lebih memperhatikan kualitas SDM (karyawan) yang dipekerjakan, seperti melakukan training supaya karyawan semakin paham dengan produk – produk yang dijual di toko sehingga dapat memberikan penjelasan secara jelas kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Fadmawati, Putri Mawar. 2014. *"Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Andina"*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS edisi ketujuh*. : Badan penerbit Semarang.
- Herdiana, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 & 2, dialih bahasakan oleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga.

- _____, Philip , dan Gary Amstrong.
2012 . *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sanusi, Anwar, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto. (2013). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Widya. 2012. *Manajemen Ritel strategi dan implementasi ritel modern*. Jakarta: Salemba Empat.