



## **Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko Sehati Jaya**

### ***The Influence of Location and Product Completeness on Consumer Purchasing Decisions at the Sehati Jaya Store***

**Elda Marina Nasution & Finta Aramita**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan data dianalisis menggunakan SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah pegunjung Toko UD. Sehati Jaya. Teknik sampel yang digunakan adalah sampling aksidental yang merupakan pengambilan sampel yang dimana responden secara kebetulan ada disuatu tempat yang sesuai dengan konteks penelitian, menggunakan rumus hair dikarenakan populasi yang belum diketahui dengan pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator dengan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 150 orang. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya. Pengaruh Kelengkapan Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya.

**Kata Kunci:** Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Keputusan Pembelian

#### **Abstract**

This research aims to determine the influence of location and product completeness on consumer purchasing decisions at UD stores. Sehati Jaya. This type of research uses a quantitative approach. The data used is primary data and secondary data. Primary data collected through questionnaires and the data was analyzed using SPSS 25. The population in this research is UD Shop visitors. Sehati Jaya. The sampling technique used is accidental sampling, which is sampling where the respondent happens to be in a place appropriate to the research context, using the hair formula because the population is not yet known with certainty and suggests that the minimum sample size be 5-10 times the indicator variable with this formula. So the number of samples studied was 150 people. Based on the results of this research, it shows that partially the influence of location (X1) has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at UD stores. Sehati Jaya. The influence of product completeness (X2) has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at UD stores. Sehati Jaya.

**Keyword:** Location, Product Completeness, and Purchase Decision

**How to Cite:** Elda M.N, Finta A, Hery S. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1) 2024: 62-71

## PENDAHULUAN

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perubahan perkembangan yang pesat dalam bisnis. Banyak bermunculan bisnis seperti usaha dagang grosir kebutuhan sehari hari, hal ini menimbulkan persaingan di antara usaha dagang tersebut. Namun masalah yang dialami oleh UMKM saat ini masih terkendala oleh kapasitas atau kualitasnya dari bentuk kompetensi yang dimilikinya dan dari bentuk sumber daya manusia produktif yang terbatas seperti di bidang informasi, ilmu pengetahuan atau keterampilan dan teknologi di era sekarang ini. Teori yang mendukung hal ini adalah teori pemasaran yang menyatakan bahwa cara terbaik untuk membangun nilai bagi pelanggan adalah dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih tinggi (Kotler & Armstrong, 2008).

Berikut merupakan tabel pendapatan pertahun toko UD. Sehati Jaya dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 1. Pendapatan Pertahun**

Tahun	Pendapatan
2019	Rp. 252.000.000
2020	Rp. 126.000.000
2021	Rp. 198.000.000
2022	Rp. 288.000.000

Sumber : Data Toko UD. Sehati Jaya 2022

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan Toko UD. Sehati Jaya mengalami fluktuasi dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Pada tahun 2019 penjualan mengalami kenaikan pendapatan yaitu Rp. 252.000.000 , namun pada tahun 2020 penjualan justru mengalami penurunan yaitu sebesar Rp. 126.000.000, kemudian Toko UD. Sehati Jaya pada tahun 2021 mengalami sedikit kenaikan yaitu Rp. 198.000.000, dan pada tahun 2022 penjualan juga mengalami kenaikan lagi yaitu sebesar Rp. 288.000.000. Ketidak stabilan ini dinilai tidak baik dan mengkhawatikan untuk Toko UD. Sehati Jaya apa bila keadaan ini dibiarkan terus menerus. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih tempat membelanjanya, dan yang paling menjadi pertimbangan adalah lokasi yang strategis dan kelengkapan produk yang dapat memenuhi kebutuhan sehari hari konsumen.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinisikan keputusan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) terdapat beberapa indikator dalam proses keputusan pembelian yaitu : Cepat dalam memutuskan, Pembelian sendiri, Bertindak karena keunggulan produk, Keyakinan atas pembelian.

Menurut Lupiyoadi (2009) menyatakan bahwa lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi, lokasi akan sangat menentukan kesuksesan suatu jasa karena memiliki hubungan yang erat dengan pasar potensial yang akan dituju, dan salah atau benarnya memilih lokasi perusahaan akan berakibat fatal bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, indikator lokasi adalah yaitu sebagai berikut : Akses., *visibilitas*, tempat parkir, Lingkungan, Kompetisi (lokasi pesaing)

Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko (Utami, 2012). Raharjani (2005) mengemukakan variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar

swalayan. Indikator dari kelengkapan produk yaitu: Keragaman produk yang dijual, Variasi produk yang dijual, Ketersediaan produk yang dijual.

Penelitian ini didukung dengan adanya beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tania (2022) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES Ajong Rejo. Namun yang membedakan penelitian ini terdapat pada lokasi penelitian dan pengurangan salah satu variabel dari penelitian sebelumnya. Ada juga penelitian terdahulu dari Yona Puspika (2023) yang berjudul Pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. Namun yang membedakan penelitian ini terdapat pada salah satu variabel dan objek penelitian. Dan penelitian pendukung ketiga ada dipenelitian Faisal Hardiansyah (2019) yang berjudul Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada restoran singapore di kota makasar.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi yang strategis ini telah diterapkan oleh UD apakah memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam membeli produk.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2012) adalah sebagai berikut: Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di Toko UD. Sehati Jaya yang beralamat di Jl. Lintas Timur Pasar Keritang, Desa Keritang Hulu, Kec. Kemuning, Kab. Indragiri Hilir, Prov. Riau, Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 6 Juli sampai dengan 4 Agustus 2023. Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Toko UD. Sehati Jaya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Hair dkk (2010) menjelaskan bahwa rumus hair digunakan karena populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Rumus hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti.

Menurut Sugiyono (2017), sumber data merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer yang diperoleh oleh peneliti dengan metode kuesioner yang disebar atau disampaikan langsung kepada pelanggan ditoko UD. Sehati Jaya.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang di ukur. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dalam mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini, digunakan instrumen pengukuran yang berupa item-item yang berbentuk pertanyaan dalam kuisisioner. Menurut (Arikunto, 2010).

#### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas, reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi dan lebih memperhatikan masalah ketepatan (Kuncoro, 2013).

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu

atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika sumbu ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah kecil (Ghozali 2013).

### Uji Multikolinieritas

Ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variable bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variable independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

### Uji Statistik

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel dependen dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha = 0,1$ ) (Ghozali, 2013).

#### Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh secara antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha = 0,1$ ) (Ghozali, 2013)

#### Uji Koefisien Determinasi

Uji determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan penyebaran dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika nilai koefisien mendekati 1 artinya variabel independen yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Tetapi jika  $R^2$  mendekati 0 maka variabel independen kurang berpengaruh terhadap variabel dependen, yang artinya kemampuan memberi informasi sangat terbatas (Ghozali, 2012).

### Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

#### Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Butiran Pertanyaan	rhitung	rtabel	keterangan
Lokasi (X1)	Akses	X1.1	0,860	0,361	Valid
		X1.2	0,840		Valid
	Vasibilitas	X1.3	0,741		Valid
		X1.4	0,921		Valid
	Tempat Parkir	X1.5	0,786		Valid
		X1.6	0,884		Valid
	Lingkungan	X1.7	0,868		Valid
		X1.8	0,820		Valid
	Kompetisi	X1.9	0,726		Valid
		X1.10	0,637		Valid
Kelengkapan Produk	Keberagaman	X2.1	0,607	Valid	
		X2.2	0,770	Valid	
	Variasi	X2.3	0,496	Valid	
		X2.4	0,715	Valid	
	Ketersediaan	X2.5	0,516	Valid	

(X2)	Produk	X2.6	0,545	Valid	
	Macam Merek	X2.7	0,514	Valid	
		X2.8	0,739	Valid	
Keputusan Pembelian (Y)	Cepat dalam memutuskan	Y1	0,674	Valid	
		Y2	0,691	Valid	
	Bertindak karena keunggulan produk	Y3	0,745	Valid	
		Y4	0,749	Valid	
	Keunggulan Produk	Y5	0,736	Valid	
		Y6	0,663	Valid	
		Keyakinan atas pembelian	Y7	0,740	Valid
			Y8	0,895	Valid

Pada Tabel diatas penyebaran kuesioner dalam uji validitas diberikan kepada 30 pelanggan atau responden diluar dari sampel penelitian. Dengan syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah  $r$  tabel = 0,361. Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,361 maka pernyataan dalam instrument tersebut tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner memiliki nilai Rhitung > Rtabel yang artinya seluruh pernyataan yang digunakan dan disebar dalam kuesioner.

## Hasil Uji Reliabilitas

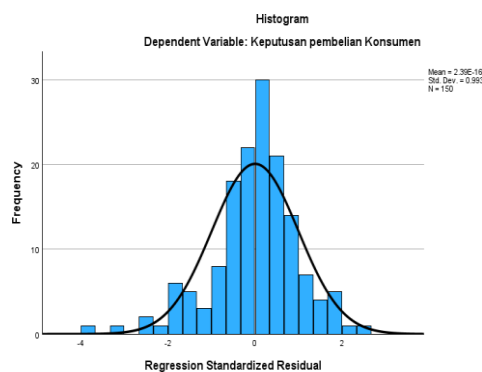
**Tabel 3.** Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Standar Reliabel	Cronbach's Alpha	Kategori
1	Lokasi	0,60	.937	Sangat Reliabel
2	Kelengkapan produk	0,60	.724	Reliabel
3	Keputusan pembelian konsumen	0,60	.877	Reliabel

Berdasarkan hasil SPSS pada tabel di atas, bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel lokasi, kelengkapan produk, dan keputusan pembelian konsumen dengan nilai lebih besar dari *Cronbach's Alpha* 0,6 sehingga disimpulkan bahwa kuesioner yang diberikan kepada responden adalah reliabel.

## Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Berdasarkan hasil SPSS, berikut ini disajikan hasil uji normalitas sebagai berikut :



Sumber : Data diolah SPSS (2023)  
**Gambar 1.** Grafik Histogram

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik yang ada pada model regresi penelitian yang dilakukan menyebar secara merata disepanjang garis diagonal sumbu Y, dengan demikian disimpulkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

		Collinearity Statistic		
Model		B	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.741		
	Lokasi	.236	.864	1.157
	Kelengkapan produk	.426	.864	1.157

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian Konsumen

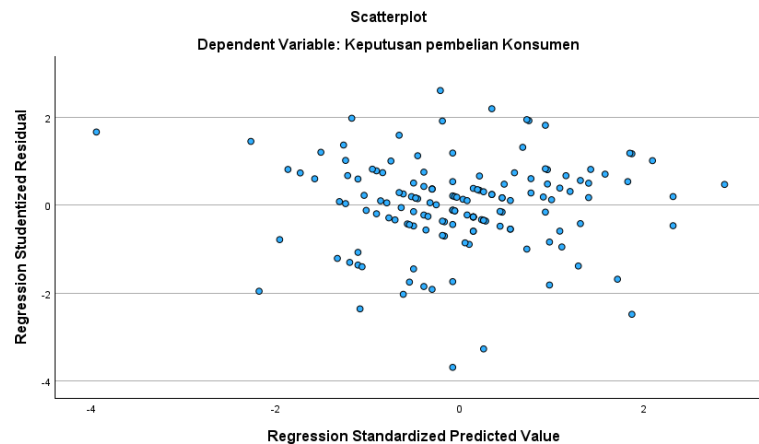
Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil SPSS pada uji multikolinieritas, diketahui nilai *tolerance* dan VIF untuk variabel independen, yaitu :

- a) Variabel lokasi (X<sub>1</sub>), nilai *tolerance* = 0,864, nilai VIF = 1,157
- b) Variabel kelengkapan produk (X<sub>2</sub>), nilai *tolerance* = 0,864, nilai VIF = 1,157.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa variabel X (lokasi, kelengkapan produk) mempunyai nilai *tolerance* 0,864,  $0,864 > 0,1$  dan untuk nilai VIF yaitu 1,371,  $1,157 < 10$ , sehingga disimpulkan variabel independen pada model regresi tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah SPSS (2023)  
Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada gambar diatas grafik *Scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada analisis regresi, sehingga analisis regresi sangat layak dipakai untuk memprediksi minat beli berdasarkan masukan variabel-variabel independen (Lokasi dan Kelengkapan Produk).

## Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.** Hasil Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.741	2.819		3.456	.001
	Lokasi	.236	.067	.258	3.538	.001
	Kelengkapan produk	.426	.074	.419	5.736	.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil SPSS pada Tabel 4.9 diatas, diperoleh hasil regresi linear berganda dari jawaban responden yaitu:

$$Y = 9,741 + 0,236X_1 + 0,426X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 9,741 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel independen (X1,X2), maka variabel dependen (Y) akan bernilai 9,741.
2. Koefisien X1 (b1) = 0,236, menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel lokasi, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,236.
3. Koefisien X2 (b2) = 0,436, menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kelengkapan produk, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,436.

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 6.** Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.741	2.819		3.456	.001
	Lokasi	.236	.067	.258	3.538	.001
	Kelengkapan produk	.426	.074	.419	5.736	.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS

Pada hasil SPSS tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Lokasi (X1) = 3,538, sedangkan untuk variabel Kelengkapan produk (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  = 5,736. Pada untuk nilai  $t_{tabel}$  pada responden sebanyak n = 150 orang, maka nilai  $t_{tabel}$  = 1,655.

## Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 7.** Hasil Uji Simultan  
ANOVA<sup>a</sup>

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.811	2	332.906	34.913	,001 <sup>b</sup>
	Residual	1401.689	147	9.535		
	Total	2067.500	149			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan produk, Lokasi

Sumber : Data diolah SPSS

Dilihat dari tabel diatas hasil uji simultan menunjukkan bahwa Lokasi dan Kelengkapan Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hal ini terlihat melalui nilai  $f_{hitung} (34,913) > F_{tabel} (2,34)$  dan nilai signifikan  $(0,001) < 0,05$ .

## Uji Koefisien Determinasi (R)

**Tabel 8.** Hasil Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.567 <sup>a</sup>	.322	.313	3.088

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan produk, Lokasi  
Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Dilihat dari Tabel diatas didapatkan nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,313 yang berarti pengaruh variabel independen (lokasi dan kelengkapan produk) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen) sebesar 31,3%. Sementara sisanya 68,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai beta sebesar 0,236,  $t_{hitung} 3,538 > t_{tabel} 1,655$  dan nilai sig.  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila lokasi yang dipilih strategis maka hal ini akan mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian Konsumen. Artinya UD. Sehati Jaya memiliki lokasi yang mudah dijangkau. Hasil penelitian ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh (Swastha dan Irawan dalam Gama 2016) jika lokasi usaha strategis dapat menarik para pembeli. Artinya bahwa keberadaan suatu usaha lingkungan yang tepat sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan saat ini, mendorong daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan Ni Kadek Dewi Susanti (2021) dengan judul penelitian "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung" dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

### **Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Variabel kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai beta sebesar 0,426,  $t_{hitung} 5,736 > t_{tabel} 1,655$  dan nilai sig.  $0,001 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin lengkap produk yang dijual di Toko UD. Sehati Jaya maka keputusan pembelian pada Toko UD. Sehati Jaya akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh (Raharjani 2005:8). Variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Penelitian ini sejalan dengan Tania (2022) dengan penelitian berjudul "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES Ajong Rejo" dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

### **Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F (Uji secara simultan), pengujian berpengaruh antara variabel lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian yang menghasilkan nilai F sebesar 34,913 lebih besar dari  $F_{tabel} (2,34)$  dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dan kelengkapan produk terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan. Dan hasil dari penelitian terdahulu Sucipto (2017) yang berjudul *Effect of completeness of product, location, and price on decision of purchase on minimarket in region of tembalang city of semarang*. Menunjukkan hasil yang sama yaitu Variabel kelengkapan produk, lokasi dan harga secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **KESIMPULAN**

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan nilai  $t_{hitung} 3,538 > t_{tabel} 1,655$  dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,001 < \alpha = 0,05$  dan koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,236. Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan nilai  $t_{hitung} 5,736 > t_{tabel} 1,655$  dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,001 < \alpha = 0,05$  dan koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,426. Lokasi dan Kelengkapan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Ditoko UD. Sehati Jaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji anova yaitu nilai  $F_{hitung} 34,913 > F_{tabel} 2,34$  dengan nilai signifikansi yaitu  $0,001 < \alpha = 0,05$ . Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kelengkapan produk dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian konsumen sebesar 31,3%.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Lu, A., Nuha, D., & Manajemen, J. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Munawir Furniture Di Jepara. *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1-13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660-669.
- Handayani, S., & Antono, M. W. (2019). Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 50-66. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.50-66>
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2018). *15.D1.0153-Iwan Santoso-BAB III\_a. I*, 24-30.
- Julianto, S. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32-41.
- Rudi Iskandar. (2018). *engaruh Harga Dan Promosi Gojek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Berbasis Online Di Pekanbaru*. 1-2.

**Elda Marina Nst, Finta Aramita, Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko Sehati Jaya**

- Shodiq, M. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI GURU, DISIPLIN BELAJAR, DAN FASILITAS BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA SMP MUHAMMADIYAH 4 KEBOMAS (TAHUN AJARAN 2017/2018)*. Diss. Universitas Muhammadiyah Gresik. October 2013, 1–224.
- Abidin, Z., & Purbawanto, S. (2015). Pemahaman Siswa Terhadap Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Livewire Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Kelas X Jurusan Audio Video Di Smk Negeri 4 Semarang. *Edu Elekrika Journal*, 4(1), 38–49.
- James W, Elston D, T. J. et al. (20 C.E.). 濟無No Title No Title No Title. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 50–77.
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Tjiptono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan L. *Jur Nal Ekonomi Bisni S*.