

**Pengaruh Harga, Keragaman Barang dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**  
**(Studi pada Konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan Semarang)**

Tendy Yedida C<sup>1</sup>, Saryadi<sup>2</sup>, & Wahyu Hidayat<sup>3</sup>

Email: [tendy.brengosh@gmail.com](mailto:tendy.brengosh@gmail.com)

**ABSTRAK**

Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan merupakan salah satu Swalayan yang cukup ramai dikunjungi yang berlokasi di Ngaliyan. Swalayan Aneka jaya menjadi ramai dan sering dikunjungi di daerah Ngaliyan karena di Ngaliyan banyak dibangun perumahan-perumahan baru dan di sana terdapat kampus IAIN. Salah satu bukti bahwa perdagangan di Indonesia semakin berkembang adalah dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan. Perusahaan Ritel diharuskan untuk mampu memenuhi keinginan konsumen karena jika konsumen merasa tidak puas ataupun kebutuhannya tidak terpenuhi maka konsumen akan berpindah ke pesaing sejenis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman barang dan kualitas pembelian terhadap keputusan pembelian di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen dari Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan dan jumlah sampel yang diambil adalah 95 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Uji korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, dan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga, keragaman barang dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah variabel keragaman barang

Kesimpulan dari penelitian ini, didapatkan bahwa ketiga variabel yaitu harga, keragaman barang dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dengan keputusan pembelian dimana variabel keragaman barang mempunyai pengaruh paling dominan dari ketiga variabel. Adapun saran yang bisa diberikan yaitu potongan harga di momen-momen tertentu, menambah ragam barang belanjaan, kenyamanan ruang belanja, dan meningkatkan pelayanan dari karyawan secara keseluruhan agar konsumen merasa pantas untuk melakukan suatu keputusan pembelian dan pembelian ulang.

Kata Kunci: Harga, Keragaman Barang, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

***The effect of Price, Product Variation, and Service Quality Towards Purchasing Decision***  
***(Study of Aneka Jaya Supermarket in Ngaliyan Semarang)***

**ABSTRACT**

*One of many proof that tradig market in Indonesia growing is increasing of total supermarket. Retail Company required to fullfilling consume desire. Aneka Jay Supermarket in*

---

<sup>1</sup> Tendy Yedida C, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup> Saryadi, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup> Wahyu Hidayat, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

*Ngaliyan is a supermarket in Semarang which is still growing comparing its competitor with same field.*

*This study aims to determine the effect of price, product variation, and service quality towards purchasing decision in Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan. Population in this study are consumers from Swalayan Aneka Jaya in Ngaliyan and taking sample consist 95 respondents. The data were analyzed through correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, and t test.*

*Based on the survey results revealed that price, product variation and service quality have significant effect on purchasing decision., either partially or simultaneously. Independent variables that have the biggest influence on purchasing decisions was the variable of product variation.*

*In conclusion, obtained the three variables, that is price, product variation, and service quality have dominant effect with purchasing decision whereas product variation have the biggest effect from those three variables. Suggestion from author is increase promotion activity that have relation with price, gave discount of certain moment, increase the product variation, facility of supermarket, and increase service quality from worker to make consumers feeling impulse purchasing and repeat purchasing.*

*Keyword: Price, Product Variation, Service Quality and Purchasing Decision*

## **Pendahuluan**

Tingkat kemapanan ekonomi penduduk Indonesia dewasa ini telah mengalami banyak peningkatan. Salah satu indikator dari meningkatnya tingkat kemapanan suatu Negara tersebut adalah meningkatnya pendapatan perkapita. Banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan tersebut, adapun salah satu faktornya adalah di bidang perdagangan. Salah satu bukti bahwa perdagangan di Indonesia semakin berkembang adalah dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan baik pusat perbelanjaan yang skalanya kecil, menengah maupun besar. Pusat-pusat perbelanjaan tersebut tumbuh seiring dengan kemajuan dan selera masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Dengan semakin banyaknya pusat-pusat perbelanjaan yang bermunculan sehingga pembeli ataupun konsumen bisa leluasa untuk membandingkan antara pusat perbelanjaan yang satu dengan yang lainnya sehingga konsumen bisa memilih pusat perbelanjaan mana yang terbaik menurutnya dan menjawab kebutuhannya.

Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan proses pembelian. Ketika konsumen akan membeli suatu barang konsumen sering membandingkan obyek harga barang dengan harga barang yang lain. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk atau jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi juga. Selain itu harga sangat sensitif dan dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk atau jasa

Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk atau jasa yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang diproduksi atau dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko

Faktor selanjutnya yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian adalah faktor pelayanan. Dengan memberikan pelayanan yang baik serta memuaskan bagi para konsumen baik itu konsumen lama maupun konsumen baru, maka akan dapat memberikan

pengaruh yang besar bagi citra swalayan tersebut. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Berdasarkan perubahan yang mendasar cara pemikiran pemasaran adalah beralihnya pemikiran dari penjualan menjadi penciptaan pelanggan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi. Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh pemilik usaha yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk fasilitas yang tersedia menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan.

Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang ada dan menilai pilihan-pilihan tersebut secara sistematis dan objektif untuk mencari keuntungan dan kerugian dari masing-masing pilihan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang berhubungan dengan rangsangan pemasaran adalah produk (merek, rasa, kemasan, kualitas), promosi (periklanan, *personal selling*, publistas dan promosi penjualan), distribusi, serta pelayanan dan harga.

Berdasarkan uraian di atas dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih Aneka Jaya ngaliyan Ngaliyan. Dalam penelitian ini dipilih variabel Harga, Keragaman Barang dan Pelayanan sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## **Kajian Teori**

### **Harga**

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Larry G, 1995) Harga didasarkan pada suatu kombinasi barang secara fisik ditambah dengan beberapa jasa lain serta keuntungan yang memuaskan. Dalam perusahaan, harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan barang dan juga saham pasar dari sebuah perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk mendalami persepsi dan reaksi konsumen terhadap harga yang ditetapkan bagi tiap-tiap produk yang ditawarkan.

Harga yang akan dibebankan oleh perusahaan pada produk dan jasanya akan berada pada kisaran mulai dari terlalu rendah untuk menciptakan laba sampai terlalu tinggi untuk menimbulkan permintaan (Kotler dan Armstrong, 1993). Tiga pendekatan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan harga: 1) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya, 2) Penetapan harga berdasarkan nilai, 3) Penetapan harga berdasarkan pesaing

### **Keragaman Barang**

Menurut Philip Kotler (2001: 347) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian lain, keragaman produk adalah kelengkapan produk

yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko

Pengertian keragaman produk menurut James F. Engels keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Engels dan Blackwell 1994:258)

## **Kualitas Pelayanan**

Kualitas dapat di artikan sebagai sebuah tolak ukur seberapa baik tingkat pelayanan yang di berikan dan sesuai dengan harapan konsumen, jadi dapat di artikan memberikan pelayanan yang berkualitas berarti menyesuaikan diri dengan harapan konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler (2001:182), yaitu: 1) *Reliability* (keandalan), 2) *Responsiveness* (cepat tanggap), 3) *Assurance* (kepastian), 4) *Empathy* (empati), 5) *Tangible* (berwujud).

Kotler (2001:83) menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik bukanlah diukur atau dilihat dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa, namun berdasarkan persepsi dari konsumen itu sendiri. Itu dikarenakan konsumen lah yang merasakan dan menikmati jasa pelayanan yang diberikan atau disediakan oleh penyedia layanan. Persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan merupakan suatu penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan atau kelemahan suatu jasa penyedia layanan.

## **Metode Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*), karena di dalamnya menjelaskan serta menyoroti hubungan antar variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini yang meliputi harga, keragaman barang dan pelayanan sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115). Penelitian ini akan dilakukan di Aneka Jaya Swalayan, Ngaliyan, Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pembeli yang pernah berbelanja di Aneka Jaya Swalayan. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Aneka Jaya Swalayan dalam satu tahun (2014) yaitu 1900 orang.

Pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 95 orang dari populasi dengan alasan sudah melebihi perhitungan yang telah dilakukan untuk memudahkan perhitungan dalam pengolahan, penyajian data selanjutnya.

Dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling. non probability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yang pengambilan sampelnya berdasarkan seleksi khusus. Peneliti membuat kriteria tertentu siapa yang dijadikan sebagai informan sumber data. Adapun teknik analisis digunakan dalam penelitian ini yaitu uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linear sederhana, uji regresi moderasi, dan uji signifikansi. Analisis data ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS Versi 23.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan juga menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 4,545 + 0,613 X_1$ . Koefisien  $X_1$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin sesuai harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen Swalayan

Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 42,8 % yang artinya bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga sebesar 42,8 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel harga ( $X_1$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 0,654 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan keeratan antara harga dan keputusan pembelian masuk pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keragaman barang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 7,982 + 0,614 X_2$ . Koefisien  $X_2$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin beragam barang yang disediakan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian oleh konsumen.

Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 44,4 % yang artinya bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel keragaman barang sebesar 44,4 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel keragaman barang ( $X_2$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 0,666 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan keragaman barang dan keputusan pembelian menurut Riduwan (2007:223) masuk pada kategori kuat dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 4,995 + 0,397 X_3$ . Koefisien  $X_3$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula keputusan pembelian konsumen.

Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 44,4 % yang artinya bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 44,4 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 0,666 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan kualitas pelayanan dan keputusan berada pada kategori kuat dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel harga, keragaman barang, kualitas pelayanan, akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear berganda  $Y = -0,254 + 0,323 X_1 + 0,427 X_2 + 0,226 X_3$ . Koefisien  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya ketiga variabel tersebut maka dapat meningkatkan pula keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 62,2 % yang artinya bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, keragaman barang, kualitas pelayanan sebesar 62,2 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel harga ( $X_1$ ), keragaman barang ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 0,789 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan harga ( $X_1$ ), keragaman barang ( $X_2$ ), dan

kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) menurut Riduwan (2007:223) masuk pada kategori kuat dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif.

Dilihat dari keseluruhan uji regresi linear berganda dari variabel harga ( $X_1$ ), variabel keragaman barang ( $X_2$ ) dan variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Dapat dilihat pada tabel nilai koefisien regresi untuk variabel Hara ( $X_1$ ) adalah 0.088 , koefisien regresi variabel Keragaman Barang ( $X_2$ ) adalah 0,427 dan koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) adalah 0,226. Dari perbandingan diatas dapat dilihat bahwa variabel Keragaman Barang ( $X_2$ ) yang koefisien regresi nya paling besar. Sehingga dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa keragaman barang lah yang banyak berpengaruh dalam keputusan konsumen melakukan pembelian di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga pada Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan termasuk dalam kategori “sesuai” atau kriteria “baik” yang artinya harga yang ditawarkan oleh pihak swalayan sudah sesuai dengan barang yang dijual oleh swalayan. Hal ini dibuktikan dengan persepsi responden yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang mereka peroleh. Namun masih terdapat komentar negatif yang menunjukkan ketidakpuasan beberapa responden sebagai konsumen swalayan atas masing-masing indikator pertanyaan seperti, harga kebutuhan pokok yang lebih mahal dibandingkan swalayan lain, dan adanya potongan harga yang diberikan pihak swalayan di momen-momen tertentu (Hari Raya dan Akhir Tahun).
2. Keragaman Barang pada Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan termasuk dalam kategori” tersedia” atau kategori “baik” yan artinya konsumen berpendapat barang yang dibutuhkan konsumen di swalayan sudah ada atau tersedia. Hal ini membuktikan bahwa Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan sudah dengan baik dalam menyediakan produk yang beragam demi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam dan berbeda-beda pula. Namun masih terdapat indikator-indikator yang memunculkan beberapa persepsi kurang tersedia dari konsumen, seperti kurang tersedianya barang belanjaan (*Shopping Goods*), banyak pilihan produk sejenis yang dirasa konsumen kurang banyak pilihan produk sejenis, dan kualitas produk yang dijual terkadang ada yang cacat atau sedikit rusak.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan termasuk dalam kategori” baik” artinya pelayanan yang diberikan oleh pihak swalayan kepada konsumen sudah baik . Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan Swalayan yang meliputi indikator-indikator seperti kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, kebersihan ruangan belanja dinilai baik oleh konsumen. Namun masih terdapat beberapa bagian pada indikator pertanyaan mengenai kelengkapan fasilitas (Toilet, Mushola, ATM Centre) masih dirasa kurang memadai, dan kenyamanan ruang belanja masih kurang nyaman karena pendingin ruangan kurang terasa sehingga masih mendapat tanggapan negatif dari konsumen.
4. Keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan termasuk dalam kategori “ingin”, artinya perepsi responden berada pada kategori ingin melakukan pembelian di swalayan Aneka Jaya Ngaliyan dengan berbagai alasan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang ditetapkan oleh perusahaan dalam hal penawaran jasanya kepada konsumen sudah baik, sehingga mampu mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian di Swalayan Aneka Jaya Ngaliyan.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh Swalayan Aneka Jaya Ngalian Semarang dalam rangka meningkatkan Keputusan Pembelian, yaitu :

1. Saran yang dapat diberikan bagi swalayan mengenai harga adalah memberikan prom-promo di momen-momen tertentu berupa potongan harga/ diskon karena dengan demikian akan lebih menarik konsumen untuk melakukan pembelian di swalayan. Selain itu pihak swalayan juga harus melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing, jika harga di swalayan lebih murah maka pihak swalayan bisa melakukan promo terhadap produk yang lebih murah itu secara gencar untuk menarik minat konsumen agar tidak membeli di swalayan lain. Selain itu mencari suplyer dengan harga yang paling murah sehingga margin yang diperoleh sesuai yang diharapkan namun harga yang ditawarkan kepada konsumen tetap bisa bersaing dengan swalaya lain.
2. Pihak swalayan sebaiknya lebih menambah ragam barang belanjaan agar konsumen yang hendak berbelanja bisa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya sehingga tidak perlu ke lain toko seperti alat elektronik, musik, hiasan rumah dan mainan anak-anak. Hal ini dilakukan juga untuk menjawab kebutuhan tersembunyi dari konsumen karena konsumen yang tadinya tidak berencana membeli bisa membeli dikarenakan mereka membutuhkan barang tersebut. Selain itu juga pihak swalayan sebaiknya memperbanyak pilihan dari suatu jenis produk sehingga konsumen bisa leluasa memilih sesuai kebutuhan dan keinginannya karena terdapat banyak pilihan produk sejenis.
3. Selanjutnya saran yang bisa diberikan bagi swalayan yaitu kualitas pelayanan, kerapian ruangan yang harus dijaga dan ditingkatkan agar lebih memudahkan konsumen mencari barang yang akan dibelinya. Kenyamanan dan kepuasan konsumen adalah prioritas utama yang tidak boleh dilupakan, maka dalam menunjang kenyamanan pihak swalayan juga harus memperhatikan pendingin ruangan karena jika suhu di ruangan terasa panas maka konsumen akan segera mempercepat proses berbelanja agar bisa lebih cepat keluar ruangan, ini mengurangi durasi dari konsumen yang sedang memilih produk dan diharapkan banyak membeli belanjaan dalam setiap transaksi yang dilakukannya. Selain itu juga sarana penunjang yang diberikan pihak swalayan seperti fasilitas yang ada di swalayan lebih ditingkatkan, dirawat dan semakin dilengkapi seperti kamar mandi dan mushola yang harus terjaga kebersihan dan kerapiannya, selain itu kedai makanan lebih diperbanyak agar konsumen lebih banyak memilih tempat makan.
4. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, Swalayan Aneka Jaya Ngalian harus selalu mengoptimalkan kemampuan karyawannya dalam melayani konsumen, Swalayan harus membekali karyawan-karyawannya dengan bekal yang cukup, seperti adanya pelatihan secara kontinyu, hal tersebut akan menambah kemampuan dan juga pengetahuan karyawan dalam melayani konsumen. Karyawan juga harus memperhatikan penampilan, seperti cara berpakaian yang rapi dan baik, sehingga menimbulkan kesan yang baik oleh konsumen, Kecepatan dalam hal pelayanan juga harus lebih ditingkatkan, sehingga konsumen tidak harus menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan atau bantuan dari karyawan. Karyawan harus dibekali pengetahuan mengenai produk produk dijual di swalayan tentang spesifikasi, lokasi produk dan jumlah produk yang tersedia di outlet, sehingga karyawan dapat menjelaskan secara baik kepada konsumen.

## Daftar Referensi

- Beger Jonah, Draganska Michaela, Simonson Itamar. 2007. *The influence of Product Variety on Brand and Choice*. Marketing Science. Vol 26
- Chin, Rasli, Satit, Sukati, 2012. *The Relationship Between Marketing Mix and Customer Decision-Making Over Travel Agents: An Empirical Study*. *Interntioal Journal of Academic Research in Business and Social Science*.
- Effendi, Sofian. (1992). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Engel, James F et all, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Fandi, Tjiptono, 1995, *Strategi Bisnis dan Manajemen*, Andi offset, Yogyakarta.
- Garvin, David, "Managing Quality", di dalam Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Alutu Terpadu (Fotal Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketiga*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Iyengar, Leper. 2000. *J. Persoality Soc. Psyc*
- Kenesei Zsofia, Todd Sarah, 2003. *The Use of Price in The Purchase Decision*. Journal of Empirical Generalisations in Marketig Science.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid II, Salemba Empat Prentice-Hall, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pelayanan Edisi Milenium*. Jakarta : Penerbit Prehalindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi IX (terjemahan), Jilid II. Jakarta: Penerbit Erlangga Jakarta Cetakan XV.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kumar Uma, Kumar Viold, Shareef Mahmud. 2008. *Role of Differet Electronic-Commerce (EQ) Quality Factors on Purchase Decisio: A Developig Country Perspective*. Journal of Electronic Commerce Research. Vol. 9
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lucas, George H. Jr, Robert P. Brush, Larry G. Gresham, *Retailing Management*, 2<sup>nd</sup> edition, Boston, Richard D. Irwin, 1995.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2007. *Metode Penelitian untuk Tesis*. Bandung: Alfabeta

- Simamora, Bilson. 2013. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2006). *Stastitika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. (1998). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Swasta, Basu& Irawan. 2002. *Manajemen PemasaranModern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein 2004. *Metode Riset Ilmu Administrasi (Ilmu Administrasi Negara, Pembangunan dan Niaga)*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta