

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SERBA ADA BUDI JAYA DESA TANAH DATAR DI KALIMANTAN TIMUR

Lisah¹, Reni Shinta Dewi²

¹Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka

²Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

¹Email: lisahhandayani06@gmail.com

Abstract: *The aim of this research is to identify the factors that influence purchasing decisions at the Budi Jaya Department Store, Tanah Datar Village in East Kalimantan. The approach used in this research is quantitative with an explanatory design. All customers who shop at the Budi Jaya Department Store, Tanah Datar Village, East Kalimantan are used as the population in this research. By using the Accidental Sampling technique, namely a non-probability sampling technique, a sample of 100 respondents was taken. Hypothesis testing using both simple and multiple linear regression analysis using SPSS ver. 25. This analysis aims to identify the influence of each variable, namely Price (X1), Product Completeness (X2), and Location (X3), on Purchasing Decisions (Y), and to find out how big this influence is. This analysis is used to find out whether each variable has an influence and to find out how much influence the variables, namely Price (X1), Product Completeness (X2), and Location (X3), have on the Purchasing Decision variable (Y). Research findings found that price, product completeness, and location have a significant influence on purchasing decisions, both individually and collectively.*

Keywords: *Price; Product Completeness; Purchase Decision; Location*

Abstrak: Tujuan penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori. Seluruh pelanggan yang berbelanja di Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar Kalimantan Timur dijadikan populasi dalam penelitian ini. Dengan menggunakan teknik Accidental Sampling, yaitu teknik non-probability sampling, sampel diambil berjumlah 100 responden. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Analisis regresi linear baik sederhana maupun berganda dengan memanfaatkan SPSS ver. 25. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel, yakni Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Lokasi (X3), terhadap Keputusan Pembelian (Y), serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel mempunyai pengaruh dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel tersebut yaitu Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Lokasi (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Temuan penelitian menemukan bahwa Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara individual maupun secara bersama-sama.

Kata Kunci: Harga; Kelengkapan Produk; Keputusan Pembelian; Lokasi

Latar Belakang

Bisnis merupakan suatu aktivitas atau usaha individu, kelompok maupun organisasi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui produksi, penjualan atau pemasaran, dan pasar, di mana barang dan jasa yang dihasilkan dipertukarkan untuk mendapatkan nilai ekonomi yang biasanya berupa uang. Fungsi utama dari sebuah bisnis ialah untuk merancang nilai suatu produk yang semulanya kurang bernilai, kemudian mengubahnya menjadi produk yang bernilai untuk memenuhi permintaan masyarakat atau konsumen dari segi kebutuhan dan keinginan guna mendapatkan keuntungan finansial maupun melalui pertumbuhan dan keberlanjutan jangka

panjang. Dalam hal ini, bisnis dapat mencakup berbagai sektor mulai dari tingkat usaha kecil hingga perusahaan besar dan beroperasi dalam berbagai bentuk seperti perdagangan, jasa atau manufaktur.

Konsumen di era modern saat ini lebih terhubung, kritis dan cenderung membandingkan harga produk satu dengan produk lain. Tidak hanya itu saja, melainkan terdapat beberapa faktor lain yang dijadikan perbandingan oleh konsumen itu sendiri. Dengan demikian, pelaku bisnis atau perusahaan perlu menyadari akan adanya kebutuhan, sikap, persepsi, selera dan keinginan konsumen yang juga cenderung ikut berubah karena perkembangan zaman. Untuk itu pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumen menjadi sangat krusial bagi perusahaan atau pelaku usaha dalam membantu memahami bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang sangat vital, karena keputusan ini langsung berdampak pada pendapatan dan keberlangsungan usaha. Di tengah persaingan yang semakin rapat, tidak hanya antara toko-toko lokal, melainkan juga dengan adanya e-commerce yang terus berkembang, tentu memberikan tantangan kepada pemilik usaha agar tetap mampu bersaing dalam jangka panjang. Untuk itu dalam menghadapi tantangan ini, pemilik Toko Serba Ada Budi Jaya perlu mengenali faktor-faktor yang berkontribusi terhadap preferensi konsumen. Terlebih lagi Toko Serba Ada Budi Jaya, yang terletak di Desa Tanah Datar Kalimantan Timur ini, memainkan peranan penting sebagai salah satu penyedia barang kebutuhan sehari-hari masyarakat setempat yang terbilang cukup lengkap dalam produknya. Oleh sebab itu, pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat vital. Adapun beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut meliputi kelengkapan produk, harga, dan lokasi toko.

Kelengkapan produk menjadi salah satu prioritas utama, konsumen yang datang untuk berbelanja tentu akan melihat kelengkapan toko dari segi produk, karena konsumen dapat berpindah ke toko lain apabila toko tersebut tidak menjual barang atau produk yang dicari atau dibutuhkan. Hal ini selaras dengan penelitian Treyessi, Lumanauw, & Resymond, (2022) yang menemukan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Harga yang bersaing sangat penting untuk menarik perhatian konsumen, terutama di tengah berbagai pilihan toko yang tersedia di Desa Tanah Datar Kalimantan Timur. Penelitian oleh Gunarsih et al., (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Dimana adanya transformasi dari harga yang parameternya seperti harga yang terjangkau, harga dimana manfaatnya sesuai dengan yang di rasakan oleh konsumen, dan harga yang mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Lokasi juga memainkan peran vital dalam keputusan pembelian. Penelitian oleh Polla et al., (2018) menemukan bahwa lokasi berpengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Di mana toko yang mudah diakses akan lebih sering dikunjungi oleh konsumen. Dalam hal ini, seperti lahan parkir, penataan ruang, penerangan toko dan kenyamanan berbelanja dapat menjadi faktor tambahan yang menarik pelanggan untuk kembali berbelanja.

Untuk itu, tujuan penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur, dengan fokus pada harga, kelengkapan produk, dan lokasi.

Tinjauan Literatur

Perilaku Konsumen

Menurut Wells dan Prensky (1996) dalam Sumarwan, U. (2018), Perilaku konsumen adalah studi tentang konsumen ketika mereka menukarkan sesuatu yang bernilai dengan suatu produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut Blythe (2008) dalam Sumarwan, U. (2018), Perilaku konsumen merupakan hubungan dinamis antara kasih sayang atau perasaan, proses berpikir, perilaku atau tindakan aktual, dan lingkungan di mana orang-orang bertukar berbagai aspek dalam hidupnya.

Harga

Menurut Widodo, E. (2024), menyatakan bahwa harga terbagi menjadi dua pandangan yaitu, pandangan penjual terhadap harga dan pandangan pembeli terhadap harga. Pandangan penjual terhadap harga, mendefinisikan harga sebagai besarnya nilai yang dapat diterima oleh penjual ketika mereka mentransaksikan produknya. Sedangkan, pandangan pembeli terhadap harga mendefinisikan harga sebagai besarnya pengorbanan yang mau dilakukan oleh pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Menurut Philip Kotler dalam Indrasari, M. (2019) menyatakan bahwa, Harga adalah nilai atau jumlah yang dibebankan kepada konsumen atas suatu barang atau jasa sebagai imbalan dari manfaat-manfaat harga yang menjadi faktor krusial yang mampu mempengaruhi pilihan pembelian.

Kelengkapan Produk

Menurut Utami (2012) dalam Jurnal Kurniawan et al., (2020) menyatakan bahwa, Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang berhubungan dengan kedalaman, keluasan, dan kualitas produk yang ditawarkan serta ketersediaan produk setiap saat di toko.

Lokasi

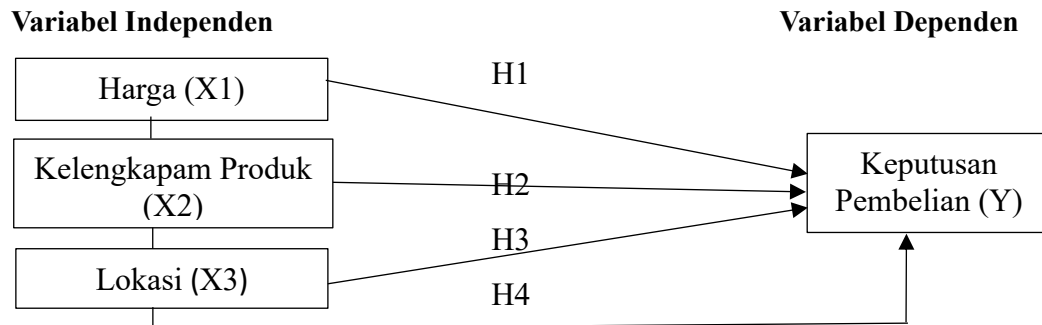
Menurut Makarti (1960) dalam Sumarwan, U. (2018) menyatakan bahwa, tempat atau lokasi ialah media yang ditujukan untuk konsumen agar dapat melakukan transaksi dengan perusahaan atau pemasar, sedangkan menurut Suryanto, (2020) menyatakan bahwa, Lokasi usaha ialah suatu tempat di mana perusahaan melakukan kegiatan fisiknya.

Kotler (2013) dalam Zusrony, E. (2020) menyatakan bahwa, Lokasi atau distribusi merupakan seluruh tahapan atau fungsi yang memindahkan satu produk dengan disertai hak milik dari produsen ke konsumen atau pengguna akhir.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) dalam Andrian, Indra, Jumawan, & Nursal, (2022) menyatakan bahwa, Keputusan pembelian ialah sebagai suatu pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Menurut Peter dan Olson (2013) dalam Indrasari, M. (2019) menyatakan bahwa, Keputusan pembelian ialah proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk menghasilkan dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satunya. Pendapat lain dari Kotler dan Armstrong (2012) dalam Zusrony, E. (2020) menyatakan bahwa, Keputusan pembelian adalah suatu proses yang melibatkan pembeli dalam memutuskan apa yang akan dibeli atau tidak dibeli.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Harga diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur
- H2: Kelengkapan Produk diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur
- H3: Lokasi diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur
- H4: Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi diduga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang mencoba menjelaskan pengaruh atau hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya untuk menguji sebuah hipotesis. Bungin (2011) dalam Alfatih, (2021). Dengan demikian, tujuan tipe penelitian semacam ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel independen, seperti harga, kelengkapan produk, dan lokasi, mempengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Seluruh pelanggan yang berbelanja di Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur dijadikan populasi penelitian. Dengan menggunakan teknik Accidental Sampling, yaitu teknik non-probability sampling, sampel diambil sejumlah 100 responden. Teknik penarikan sampel ini dilakukan dengan memilih siapa saja yang kebetulan dapat dijumpai untuk dijadikan sumber penelitian (Alfatih, 2021). Dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan berganda. Analisis ini bertujuan guna mengetahui apakah variabel harga, kelengkapan produk, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel tersebut.

Hasil Penelitian

Responden yang tercakup pada penelitian ini ialah konsumen atau pelanggan yang berbelanja di Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar Kalimantan Timur, yang berjumlah 100 orang. Berikut deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan:

Tabel 1. Profil Responden

No	Keterangan	F	Prosentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	23	23%
	Perempuan	77	77%
2	Usia		
	13-17	8	8%
	18-27	49	49%
	28-37	23	23%
	38-47	7	7%
	48-59	13	13%
3	Pekerjaan		
	Usaha Sendiri/Peternak/Petani	9	9%
	Karyawan Swasta	32	32%
	Ibu Rumah Tangga	34	34%
	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
	PNS	8	8%
4	Pendapatan		
	0 - 3.000.000	73	73%
	3.100.000-6.000.000	18	18%
	6.100.000-9.000.000	4	4%
	9.100.000-12.000.000	5	5%

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Dari tabel 1, menunjukkan bahwa konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya di Desa Tanah Datar Kalimantan Timur didominasi oleh perempuan yang berjumlah 77 orang. Sementara untuk usia responden yang paling banyak ialah usia 18 hingga 27 tahun sebanyak 49 orang atau 49% dan paling sedikit yaitu usia 38 hingga 47 tahun sebanyak 7 orang atau 7%. Pada pekerjaan responden yang paling banyak ialah sebagai ibu rumah tangga yang berjumlah 34 orang atau 34%, sedangkan yang paling sedikit yaitu PNS yang berjumlah 8 orang atau 8%. Adapun untuk profil responden pada pendapatan, responden yang memiliki pendapatan paling banyak yaitu 0 sampai Rp 3.000.000 sebanyak 73 orang atau 73%, dan pendapatan paling sedikit yaitu Rp 6.000.000 sampai Rp 9.000.000 sebanyak 4 orang atau 4%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

Variabel	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan	Cronbanch Alpha	R _{kritis}	Kriteria
Harga (X1)	X1.1	0,741	0,196	VALID	0,785	0,60	Reliabel

	X1.2	0,784	0,196	VALID			
	X1.3	0,805	0,196	VALID			
	X1.4	0,789	0,196	VALID			
Kelengkapan Produk (X2)	X2.1	0,533	0,196	VALID	0,878	0,60	Reliabel
	X2.2	0,573	0,196	VALID			
	X2.3	0,593	0,196	VALID			
	X2.4	0,518	0,196	VALID			
Lokasi (X3)	X3.1	0,562	0,196	VALID	0,823	0,60	Reliabel
	X3.2	0,633	0,196	VALID			
	X3.3	0,629	0,196	VALID			
	X3.4	0,488	0,196	VALID			
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,533	0,196	VALID	0,898	0,60	Reliabel
	Y.2	0,739	0,196	VALID			
	Y.3	0,717	0,196	VALID			
	Y.4	0,613	0,196	VALID			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Berdasarkan tabel 2 di atas, setiap pertanyaan dari variabel dapat dikatakan valid, karena nilai signifikan pada tiap-tiap pertanyaan menunjukkan $0,000 < 0,05$, dan nilai R hitung tiap-tiap pertanyaan lebih besar dari R tabel (0,196). Kemudian, nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel lebih besar ($>$) dari R kritis yaitu 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 3.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel Harga

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,834	0,695	0,692	0,933

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Berdasarkan tabel 3.1 di atas, terdapat nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,834 antara variabel harga dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R Square) yang didapat menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh sebesar 69,5% terhadap variabel keputusan pembelian. Namun, faktor lain yang tidak terliput dalam penelitian ini menyumbang 30,5% sisanya.

Tabel 3.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Harga

Coefficients Table					
Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t-Value	Sig. (p-Value)
Konstanta	2,954	0,987	-	2,994	0,003
Harga	0,840	0,056	0,834	14,953	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Dari tabel 3.2 di atas, mengindikasikan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel harga (X1) ialah 0,840 dan nilai konstantanya ialah 2,954. Serta diketahui juga bahwa nilai signifikansi variabel harga ialah 0,000 dan t hitung 14,953. Nilai t tabel pada uji ini diperoleh dengan rumus $t = (\alpha; n - k)$, $t = (0,05; 100-4)$, maka t tabelnya ialah 1,984. Sehingga dapat diketahui bahwa t hitung (14,953) > t tabel (1,984), dengan tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya hipotesis 1 diterima.

Variabel Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 3.3 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel Kelengkapan Produk

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,816	0,667	0,663	1,039

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, variabel keputusan pembelian dengan variabel kelengkapan produk mempunyai nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,816. Koefisien determinasi (R Square) yang didapat menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk memiliki pengaruh sebesar 66,7% terhadap variabel keputusan pembelian. Namun, faktor lain yang tidak terliput dalam penelitian ini menyumbang 33,3% sisanya.

Tabel 3.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kelengkapan Produk

Coefficients Table					
Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t-Value	Sig. (p-Value)
Konstanta	4,289	0,958	-	4,487	0,000
Harga	0,755	0,054	0,816	14,000	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Dari tabel 3.4 di atas, mengindikasikan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel kelengkapan produk (X2) ialah 0,840 dan nilai konstantanya ialah 4,289. Serta diketahui juga bahwa nilai signifikansi variabel kelengkapan produk ialah 0,000 dan t hitung 14,000. Nilai t tabel pada uji ini diperoleh dengan rumus $t = (\alpha; n - k)$, $t = (0,05; 100-4)$, maka t tabelnya ialah 1,984. Sehingga dapat diketahui bahwa t hitung (14,000) > t tabel (1,984), dengan tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kelengkapan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya hipotesis 2 diterima.

Variabel Lokasi Terhadap Lokasi

Tabel 3.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel Lokasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,784	0,615	0,611	1,117

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Berdasarkan tabel 3.5 di atas, terdapat nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,784 antara variabel lokasi dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R Square) yang didapat menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh sebesar 61,5% terhadap variabel keputusan pembelian. Namun, faktor lain yang tidak terliput dalam penelitian ini menyumbang 38,5% sisanya.

Tabel 3.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Lokasi

Coefficients Table					
Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t-Value	Sig. (p-Value)
Konstanta	4,270	1,074	-	3,977	0,000
Harga	0,761	0,061	0,784	12,512	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Dari tabel 3.6 di atas, mengindikasikan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel lokasi (X1) ialah 0,761 dan nilai konstantanya ialah 4,270. Serta diketahui juga bahwa nilai signifikansi variabel kelengkapan produk ialah 0,000 dan t hitung 12,512. Nilai t tabel pada uji ini diperoleh dengan rumus $t = (α; n - k)$, $t = (0,05; 100-4)$, maka t tabelnya ialah 1,984. Sehingga dapat diketahui bahwa t hitung (12,512) > t tabel (1,984), dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya hipotesis 3 diterima.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t (Value)	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	0,970	0,854		1,136	0,259
Harga	0,471	0,071	0,468	6,673	0,000
Kelengkapan Produk	0,347	0,075	0,375	4,642	0,000
Lokasi	0,131	0,082	0,135	1,605	0,112

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

4.2 Hasil Uji F

Anova					
Variabel	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	254,561	3	84,854	129,818	0,000
Residual	62,749	96	0,654		
Total	317,310	99			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS ver 25

Dari tabel 4.2, mengindikasikan bahwa nilai F hitung ialah 129,818, dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai F tabel pada uji ini didapat dengan menggunakan rumus F-tabel: $F(k-1; n-k)$, maka $F = (4 - 1; 100 - 4) = (3; 96) = 2,70$, sehingga dapat diketahui bahwa F hitung (129,818) $>$ F tabel (2,70) dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Lokasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan. maka hipotesis 4 diterima.

Pembahasan

Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur sesuai dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan. Hal ini berarti bahwa, harga yang terjangkau, harga yang kompetitif dengan toko pesaing dan adanya diskon atau promosi dalam pembelian akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar Kalimantan Timur sesuai dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan. Hal ini berarti bahwa, kelengkapan produk seperti menyediakan berbagai macam produk dari kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan lain dan tersedianya stok yang dicari konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur sesuai dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa, lokasi yang mudah untuk dijangkau, mudah diakses transportasi umum dengan menyediakan lahan parkir, akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Harga, kelengkapan produk dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur sesuai dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin kompetitifnya harga, menyediakan berbagai macam produk yang lengkap dan lokasi yang strategis akan mampu mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan yang telah dikerjakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur.
2. Kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur.
3. Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur.
4. Harga, kelengkapan produk, dan lokasi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur.

Saran

Dari hasil temuan yang telah dilakukan pada Toko Serba Ada Budi Jaya, peneliti merumuskan saran bagi pemilik toko dan untuk penelitian selanjutnya. Antara lain yaitu:

1. Bagi Pemilik Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur, harus tetap mampu berkompetitif dari segi harga yang terjangkau bahkan kelengkapan produk yang lengkap agar tetap mampu bersaing dengan toko pesaing. Serta perlu adanya tambahan strategi promosi seperti mengadakan diskon atau potongan harga bagi produk dengan perputaran lambat pada Toko Serba Ada Budi Jaya Desa Tanah Datar di Kalimantan Timur
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan mampu meneliti variabel-variabel lain yang belum terliput dalam penelitian ini yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Alfatih, A. (2021). *Cara Mudah Kerajakan Penelitian Metode Kuantitatif Eksplanatif (CONFIRMATORY) 2 VARIABLE : X DAN Y* (1st ed.).
- Andrian, Indra, W. C., Jumawan, Nursal, F. (2022). *PERILAKU KONSUMEN*. Rena Cipta Mandiri.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Kurniawan, R., Kelengkapan Produk dan, P., & Yuniar Aisah Krismonita, dan. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 145–154.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Sumarwan, U. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*. Universitas Terbuka.
- Suryanto. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. Universitas Terbuka.
- Treyessi, S. W. J, Bode Lumanauw, & Resymond, C. K. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105.
- Widodo, E. (2024). *Kebijakan dan Strategi Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Zusrony, E. (2020). *PERILAKU KONSUMEN Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.