

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, *IMPULSE BUYING* , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KDS BOJONEGORO

Ina Putri Widianti^{1*}, Wike Rahayu Shintia Dewi², Shania Nurlaila Achmadhana³, Moch Irfan Febri Mubarak⁴, Zainurrahman Isnin Putra⁵, Choirul Irfan⁶, Fahriza Aril Amrullah⁷

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, inaputriwidianti2808@gmail.com*

²*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, wikerahayu001@gmail.com*

³*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, shanianurlaila@gmail.com*

⁴*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, Mubarakirfan66@gmail.com*

⁵*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, zainurrahmanputra@gmail.com*

⁶*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, choirulirfan19@gmail.com*

⁷*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia, Bojonegoro, fahrizaputraarpana@gmail.com*

Email Korespondensi : inaputriwidianti2808@gmail.com

ABSTRAK

Kelengkapan produk bagi sebuah pasar swalayan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Selain kelengkapan produk, fasilitas pelayanan pasar swalayan yang baik, kemudahan pengambilan barang dan pelayanan barang secara menyeluruh merupakan pertimbangan yang mempengaruhi tingkat keputusan konsumen untuk membeli di pasar swalayan. Sikap pramuniaga yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di pasar swalayan. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi tertentu. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan uji validasi data dalam uji validasi data ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai corrected item-total correlation dengan r tabel jika nilai correlation item-total correlation lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka data dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas pengukuran yang digunakan dalam pengukuran ini adalah cronbach alpha, dimana apabila nilai cronbach alpha variable penelitian $>0,60$, maka variable tersebut reliabel. Hasil uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing masing variable independent terhadap variable dependen. Uji dalam penelitian ini dengan cara membandingkan nilai signifikasih (sig) dengan nilai α sebesar 0,05 hal ini di terima apabila nilai signifikasih (sig) yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Berarti variable independent berpengaruh terhadap variable dependen.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, *Impulse Buying*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Product completeness for a supermarket is an important factor in attracting consumers. Apart from product completeness, good supermarket service facilities, ease of picking up goods and overall product service are considerations that influence the level of consumer decisions to buy at supermarkets. The salesperson's polite and friendly attitude is a form of service that consumers expect. The aim of this research is to determine the influence of product and service completeness on purchasing decisions in supermarkets. The variables used in this research were carried out using quantitative research methods. Quantitative research is a research method used to research certain populations. The research results show that by using a data validation test, this data validation test can be carried out by comparing the corrected item-total correlation value with the r table. If the item-total correlation value is greater than the r table and the value is positive, then the data is declared valid. The results of the measurement reliability test used in this measurement are Cronbach alpha, where if the Cronbach alpha value of the research variable is >0.60 , then the variable is reliable. The results of the T test are used to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The test in this research is by comparing the significance value (sig) with the α value of 0.05. This is accepted if the resulting significance value

(sig) is smaller than 0.05. This means that the independent variable has an effect on the dependent variable.

Keywords: *Product Completeness, Impulse Buying, Service Quality, Buying Decision.*

PENDAHULUAN

Dalam bidang industri, jasa dan dagang perkembangan mempunyai peran yang sangat penting di dalam dunia perekonomian, yang mana perekonomian dapat memberikan perubahan - perubahan yang berarti untuk kehidupan masyarakat. Perubahan kondisi perekonomian Indonesia mengakibatkan terjadinya peningkatan bisnis ritel atau eceran. Hal tersebut dapat ditandai dengan banyaknya bisnis ritel modern yang bermunculan, terutama di kota-kota besar yang ada di Indonesia dengan konsep one stop shopping, yang memenuhi segala kebutuhan berbelanja disuatu tempat perbelanjaan (Ma'ruf, 2005), adanya globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatkan permintaan barang dan jasa ritel. Salah satu aspek kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor gaya hidup. Oleh itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat.

Mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan, adalah syarat yang wajib dipenuhi oleh suatu perusahaan supaya sukses di dalam persaingan. Hal tersebut bisa diperoleh oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk seperti harga, produk, pelayanan umum, lokasi dan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu.

Ada tiga aktivitas yang berlangsung pada proses keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu, rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian, kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian dan komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa di beli dengan produk produk pesaing (Hahn, 2002). Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen diantara lain yaitu kelengkapan produk, impulse buying, dan kualitas pelayanan.

(Raharjani, 2005) mempunyai pendapat bahwa konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam suatu pasar swalayan meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli. Bagi sebuah pasar swalayan kelengkapan barang dagangan adalah faktor yang terpenting untuk menarik konsumen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari pasar swalayan lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, pasar swalayan ini banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap sebuah pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Menurut (Mowen dan Minor, 2001) *Impulse buying* merupakan tindakan membeli yang dilakukan tanpa memiliki masalah sebelumnya atau bermaksud untuk

membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. *Impulse buying* merupakan keputusan yang emosional atau menurut desakan hati (Schiffman dan Kanuk, 2007). Pada penelitian (Rupayana et al, 2020) *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan (Kotler, 2009). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Eva dan Ruslin, 2016) menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan, dan pada penelitian yang dilakukan oleh (Nasution dan Lesmana, 2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

KDS Bojonegoro merupakan salah satu swalayan terbesar yang ada di pusat kota Bojonegoro, swalayan ini merupakan salah satu perusahaan ritel yang menyediakan beberapa kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan yang disediakan di swalayan ini juga cukup banyak antara lain yaitu perlengkapan dan peralatan dapur, perlengkapan dan peralatan mandi, peralatan sekolah dan masih banyak barang yang lainnya. Swalayan ini juga menyediakan sistem COD (*Cash On Delivery*) bagi warga sekitar Bojonegoro.

Alasan memilih kelengkapan produk, *impulse buying*, dan kualitas pelayanan sebagai variabel dari penelitian ini yaitu untuk melihat variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian oleh pelanggan. Hasil yang diberikan dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai evaluasi perusahaan untuk masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi tertentu, pengumpulan data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Natalia, 2019).

Populasi dan sampel

1. Populasi menurut Sugiyono merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang menggunakan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Natalia,2019). Populasi penelitian yang disasarkan oleh peneliti adalah konsumen yang pernah datang dan berbelanja pada KDS di Bojonegoro.
2. Sampel menurut Sugiyono merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Natalia,2019).
3. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2013).

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode :

- a. Angket (kuisisioner)

Menurut Sugiyono kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini angket yang digunakan oleh penulis adalah angket tertutup. Menurut Sugiyono angket tertutup adalah angket yang dibuat berdasarkan alternatif jawaban yang tersedia. Responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan keadaan responden itu sendiri. Skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Richie, 2013).

Skala likert mempunyai gradasi jawaban dari sangat positif sampai negatif, yaitu dapat berupa kata-kata sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Tabel 1. Tabel skala likert

Alternatif jawaban	skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Teknik analisis data

Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan. Adapun metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji kualitas data
 - a. Uji validitas

Pengambilan keputusan pada uji validitas ini yaitu menggunakan r tabel dengan signifikansi sebesar 0,05. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dinyatakan valid (E. Julita, 2022).
 - b. Uji reliabilitas

Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak menggunakan batas 0,6. Apabila reliabilitas lebih dari 0,6 maka diterima (E. Julita, 2022).
2. Uji hipotesis
 - a. Analisis regresi linier berganda

Regresi linier berganda adalah model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) (Imade, 2016).

Persamaan regresi linier berganda secara matematik :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = variabel terikat
 a = konstanta
 b₁, b₂ = nilai koefisien regresi
 X₁, X₂ = variabel bebas
 - b. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas Data

Dalam uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai corrected item-total correlation dengan r tabel. Jika nilai corrected item-total correlation lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka data dinyatakan valid (Ghozali, 2011:94).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Indikator	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Kelengkapan produk (X1)	X1.1	0.552	0.3494	Valid
	X1.2	0.473	0.3494	Valid
	X1.3	0.762	0.3494	Valid
	X1.4	0.603	0.3494	Valid
	X1.5	0.614	0.3494	Valid
	X1.6	0.597	0.3494	Valid
Impulse Buying (X2)	X2.1	0.877	0.3494	Valid
	X2.2	0.843	0.3494	Valid
	X2.3	0.705	0.3494	Valid
	X2.4	0.807	0.3494	Valid
	X2.5	0.754	0.3494	Valid
	X2.6	0.704	0.3494	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.824	0.3494	Valid
	X3.2	0.840	0.3494	Valid
	X3.3	0.840	0.3494	Valid
	X3.4	0.843	0.3494	Valid
	X3.5	0.481	0.3494	Valid
	X3.6	0.696	0.3494	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Data (Variabel Y)

Indikator	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.699	0.3494	Valid
	Y2	0.664	0.3494	Valid
	Y3	0.648	0.3494	Valid
	Y4	0.738	0.3494	Valid
	Y5	0.753	0.3494	Valid
	Y6	0.753	0.3494	Valid
	Y7	0.738	0.3494	Valid

Berdasarkan tabel 1 dan 2, diketahui bahwa seluruh indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung berkisar 0,481 sampai 0,843 dan berada di atas nilai r tabel 0,3494 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh indikator variabel penelitian adalah valid.

B. Uji Reliabilitas

Pengukuran yang digunakan dalam pengukuran ini adalah Cronbach Alpha, dimana apabila nilai Cronbach Alpha variable penelitian > 0,60, maka variabel tersebut reliabel

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1	Kelengkapan produk (X1)	0.650	0.6	Reliabel
2	Impulse Buying (X2)	0.866	0.6	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X3)	0.872	0.6	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0.830	0.6	Reliabel

Nilai Cronbach Alpha dari keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, baik variabel independen maupun variabel dependen lebih dari 0.6, maka dapat dikatakan bahwa nilai instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel

C. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, impulse buying, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada KDS Bojonegoro

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.087	3.358	
	T.X1	.665	.234	.455
	T.X2	.128	.124	.147
	T.X3	.485	.155	.430

a. Dependent Variable: T.Y

Persamaan regresi dari pengaruh kelengkapan produk, *impulse buying*, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada KDS Bojonegoro adalah $Y = 2,087 + 0,665 X1 + 0,128 X2 + 0,485 X3 + e$

D. Uji T

Menurut Ghazali (2018) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable independent terhadap variable dependen. Uji dalam penelitian ini dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan nilai α sebesar 0.05. hal ini diterima apabila nilai signifikansi (Sig) yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Berarti variable independent berpengaruh terhadap variable dependen

Tabel 5. Uji t

No.	Variabel	Sig	keputusan
1	Kelengkapan produk (X1)	0.009	Signifikan
2	Impulse Buying (X2)	0.314	Non Signifikan
3	Kualitas Pelayanan (X3)	0.004	Signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (Sig) sebesar $0,009 < 0,05$ untuk variable independent sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kelengkapan produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependen Keputusan pembelian (Y), nilai signifikan (Sig) sebesar $0.314 > 0,05$ untuk variable Impulse Buying (X2) secara parsial tidak berdampak atau berpengaruh terhadap variable dependen Keputusan pembelian (Y), dan nilai signifikan (Sig) $0,004 < 0,05$ untuk variable independent sehingga dapat disimpulkan variable kualitas pelayanan (X3) berdampak atau berpengaruh terhadap variable dependen Keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, *impulse buying*, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada KDS Bojonegoro. Berdasarkan hasil dari analisis diatas dapat disimpulkan:

1. Hasil dari analisis validitas data menyatakan bahwa pengaruh variabel (X) yaitu kelengkapan produk, *impulse buying*, dan kualitas pelayanan nilai r hitung berkisar 0,481 sampai 0,843 dan berada di atas nilai r tabel 0,3494 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh indikator variabel penelitian adalah valid.
2. Hasil dari analisis regresi linier menyatakan bahwa variabel (X) yaitu kelengkapan produk, *impulse buying*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
3. Hasil dari Uji T diperoleh informasi bahwa hipotesis yang dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Desembrianita, E., & Ruslin, R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 345-354.
- E. Julita, idwal, dan herlina yustati. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 8, no. 03, hlm. 2953–2957.
- Engel, James F & Paul Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hahn, F. E., & Mangun, K. G. (2002). Beriklan dan berpromosi sendiri. *Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.
- Mulyani, Y. (2009). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pasar swalayan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pasar swalayan luwes di purwodadi). *Dalam Jurnal Excellent*, 1(2), 97-122.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Natalia, Susanto. (2019). Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada Divisi Penjualan PT Rembeka. *Agora*, 7(1)
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*
- Raharjani, J. (2005). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja (studi kasus pada pasar swalayan di kawasan seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO)*, 2(Nomor 1), 1-15.
- Richie, Wungow. (2013). KUALITAS LAYANAN, CITRA, NILAI DAN KEPUASAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL ROCK RAND MANADO, *Jurnal EMBA*,

Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, impulse buying dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone merek OPPO di kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 233-247.

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta:PT. Indeks

Yuliana, imade. (2016). *Regresi Linier Berganda*