

**THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT COMPLETENESS ON CONSUMER  
PURCHASE DECISIONS AT INDOMARET DIPONEGORO TAKALAR**

MUCHRAN MUCHRIADY<sup>12</sup>  
MUCHRAN MURNIADY  
MURSALIM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASAR  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

**ABSTRACT**

*This study aims 1) to determine the effect of price on purchasing decisions at Indomaret Diponegoro Takalar. 2) to determine the effect of product completeness on purchasing decisions costumers at Indomaret Diponegoro Takalar. The type of research used in this research is quantitative with a sample of 96 respondents. Data collection techniques using a questionnaire technique. The data analysis technique used multiple linear regression test. The results showed that the price and product completeness had a positive and significant effect on purchasing decisions costumers at Indomaret Diponegoro Takalar.*

**Keywords: Price, Product Completeness and Consumer Purchasing Decisions.**

---

<sup>1</sup> Correspondence Author

<sup>2</sup> Email: [adypila@yahoo.com](mailto:adypila@yahoo.com)

**Article Info:**

Received 05 June 2022 | Revised 04 August 2022 | Accepted 27 October 2022

**PENGARUH HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
INDOMARET DIPONEGORO TAKALAR**

MUCHRAN MUCHRIADY  
MUCHRAN MURNIADY  
MURSALIM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASAR  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Diponegoro Takalar. 2) untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Indomaret Diponegoro Takalar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik angket. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Indomaret Diponegoro Takalar.

**Kata-kata Kunci: Harga, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.**

## 1. PENDAHULUAN

Di era moderen ini permintaan terhadap produk sangat meningkat, sehingga banyak para pebisnis erlomba-lomba untuk menciptakan lapangan pekerjaan khususnya dalam bidang penjualan atau pemasaran. Produk yang berbentuk toko, minimarket semakin banyak dibuka di berbagai empat baik di Kota besar maupun di kota kecil. Dengan adanya minimarket atau pasar minimarket merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota. Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi atau tidaknya pembelian. Minimarket atau pasar swalayan menyediakan berbagai kebutuhan atau keperluan konsumen dalam jumlah yang cukup besar dengan keuntungan yang terkecil pada tiap unitnya.

Pemasaran merupakan hal yang paling mendasar dan sangat penting untuk dipahami oleh setiap pelaku yang berkecimpung dalam dunia usaha, karena berhasil tidaknya perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut dapat diterima oleh konsumen. Peningkatan kualitas produk maupun jasa menjadi masalah yang penting untuk dibicarakan karena dengan kualitas yang baik, suatu produk bisa bertahan menghadapi persaingan dan akan diterima oleh konsumen sebagai produk yang mereka harapkan. Satu cara agar produk bisa bertahan dalam menghadapi persaingan adalah dengan berusaha mempertahankan pelanggan yang ada. Mencari pelanggan yang baru membutuhkan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Bauran pemasaran menunjukkan pandangan penjual tentang alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi konsumen.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produk yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Di tengah persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis sejenis ini memungkinkan adanya perjuangan yang keras dalam mempertahankan keberadaannya dari sekian banyak usaha ritel di Indonesia.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Masalah di atas dapat diartikan sebagai adanya masalah minimarket atau pasar swalayan dalam strategi pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu dan selalu berkembang sejalan dengan gerak perusahaan dan perubahan-perubahan lingkungan persamaannya serta perubahan-perubahan lingkungan serta perubahan perilaku konsumen.

**Tabel 1. Data Pelanggan Pada Tahun 2021**

| No  | Bulan     | Jumlah Pelanggan |
|-----|-----------|------------------|
| 1.  | Januari   | 4.200 Orang      |
| 2.  | Februari  | 3.750 Orang      |
| 3.  | Maret     | 3.750 Orang      |
| 4.  | April     | 3.50 Orang       |
| 5.  | Mei       | 5.000 Orang      |
| 6.  | Juni      | 3.750 Orang      |
| 7.  | Juli      | 3.750 Orang      |
| 8.  | Agustus   | 4.200 Orang      |
| 9.  | September | 4,200 Orang      |
| 10. | Oktober   | 4.200 Orang      |
| 11. | November  | 4.200 Orang      |
| 12. | Desember  | 5.000 Orang      |
|     | Jumlah    | 49.750 Orang     |

Sumber : Indomaret Diponegoro Takalar 2021

Setiap pelanggan pasti memiliki harapan bahwa tempat berbelanja yang dikunjungi mampu memberikan kepuasan bagi konsumennya. Sebagai contoh yaitu tersedianya kelengkapan produk jenis barang dalam kondisi yang baik. Konsumen akan senang dan menikmati kegiatan berbelanjanya apabila tempat belanja yang dikunjungi menjual barang yang lengkap, sehingga akan ada banyak pilihan bagi pelanggan untuk membeli apa yang diinginkan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di antaranya adalah dari segi bauran pemasaran yaitu harga dan produk, sumber daya manusia, proses dan bukti fisik perusahaan. Pada penelitian ini hanya diteliti tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor harga dan kelengkapan produk inilah yang menjadi perbandingan kuat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kehadiran minimarket dapat memberikan pilihan tidak terbatas pada konsumen untuk menentukan tempat belanja yang diinginkan. Salah satunya yaitu Indomaret Diponegoro Takalar yang terletak di jalan Diponegoro Takalar yang merupakan tempat jual yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan pengamatan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di atas, maka Indomaret yang beralamat di Jl. Diponegoro Takalar ini berusaha untuk selalu dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang beroperasi di daerah Takalar ini berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang mampu menunjang usahanya. Oleh karena itu berdasarkan fenomena di atas timbul ketertarikan melakukan penelitian, pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Indomaret Diponegoro Takalar untuk menentukan hasil yang lebih baik dan berguna nantinya di kemudian hari bagi semua pihak.

Harga berperan dalam membidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering muncul adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi sehingga konsumen menilai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maupun jasa yang ditetapkan. Hal

tersebut akan berdampak terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian sebelumnya, kelengkapan produk juga menjadi salah satu faktor konsumen mengambil keputusan pembelian produk. Raharjani (2006) mengemukakan variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual dipasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Indikator dari kelengkapan produk yaitu: Keragaman produk, Variasi produk, Ketersediaan produk, Macam merek yang tersedia. Variable tersebut menjadi pertimbangan konsumen.

## 2. LANDASAN TEORI

### Harga

Bagi sebagian masyarakat tingkat harga menjadi salah satu simbol dari kualitas produk yang ditawarkan. Harga tidak sekedar angka yang tertera dalam sebuah label yang menempel pada sebuah produk atau yang tertera dalam sebuah daftar harga. Harga tidak bisa terlepas dari kehidupan kita, harga terdapat dimana mana. Harga akan terjadi pada saat kita menikmati sebuah produk jasa atau pada saat kita harus membayar tagihan atau utang.

Menurut Kotler & Armstrong (2013) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pelanggan memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima dan batas atas harga yang di mana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.

### Kelengkapan Produk

Menurut Kotler dalam (Manap 2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.

Menurut Ma'ruf, kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umum dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Konsumen dapat memilih tempat yang akan dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual di tempat tersebut (Ma'ruf 2006).

Menurut Utami (2010) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

### Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2006) keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil dan mendapat cukup banyak informasi merek, kualitas, harga, lokasi pendapatan produk tersebut.

1. Motivasi (*motivation*) merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Persepsi (*perception*) merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap rangsangan tersebut. Pembentukan sikap (*attitude formation*) merupakan penilaian yang ada dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap suka/tidak suka seseorang akan suatu hal.
3. Integritas (*integration*) merupakan kesatuan antara sikap dan tindakan. Integritas merupakan respon atas sikap yang diambil. Perasaan suka akan mendorong seseorang untuk membeli dan perasaan tidak suka akan membulatkan tekad seseorang untuk membeli produk tersebut.

Terdapat indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2013) adalah sebagai berikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam memberikan produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena peneliti ingin mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pengambilan pada Indomaret Diponegoro Takalar, dan ingin mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Diponegoro Takalar. Maka data yang diperoleh dapat dipahami sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai.

Penelitian ini dilakukan pada Indomaret Diponegoro Takalar yang berlokasi di Jalan Diponegoro Takalar, Sulawesi Selatan. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen Indomaret Diponegoro Takalar yang belum diketahui. Dan penentuan sampel menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 96 orang yang telah mengisi kuesioner. Cara mengukur variabel dalam penelitian ini dirangkum dalam tabel di bawah:

**Tabel 2.** Definisi Operasional

| Variabel                | Definisi Variabel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Indikator                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Harga (X1)              | Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atas jasa tersebut. Menurut Kotler & Armstrong (2013).                                                                                                             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan</li> </ol>                              |
| Kelengkapan produk (X2) | Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umum dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Ma'ruf (2006). | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman produk</li> <li>2. Variasi produk</li> <li>3. Ketersediaan produk</li> <li>4. Macam merek yang tersedia.</li> </ol>                                                     |
| Keputusan pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah saat konsumen membeli suatu produk dalam waktu tertentu. Kotler dan Amstrong (2013).                                                                                                                                                                                                                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan pada suatu produk.</li> <li>2. Kebiasaan dalam memberikan produk.</li> <li>3. Memberikan rekomendasi pada orang lain.</li> <li>4. Melakukan pembelian ulang</li> </ol> |

Sumber: Berbagai Jurnal yang Telah Dirangkum

Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner berupa pernyataan yang dibuat peneliti untuk diisi oleh responden. Melakukan wawancara pada responden serta studi pustaka dengan mencari data dari artikel-artikel dan sumber media cetak maupun elektronik yang berkaitan dengan tema skripsi.

Teknik analisis data menggunakan program SPSS dengan instrumen yang digunakan yaitu instrumen validitas bertujuan mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut mampu mengukur variabel yang diinginkan peneliti dan instrumen reliabilitas untuk mengetahui tingkat keandalan kuesioner dan melalui Uji Regresi Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis (Uji t, Uji F, Uji Determinasi R<sup>2</sup>). Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif guna untuk mendeskripsikan karakteristik responden, serta distribusi item masing-masing variabel dan keadaan responden yang diteliti.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui harga terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Diponegoro Takalar, 2) untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Diponegoro Takalar, dengan menggunakan 96 sampel. Dengan responden laki-laki berjumlah 46 orang dan perempuan berjumlah 50 orang.

Hasil Uji Validasi  
Tabel 3. Uji Validasi

| Variabel                             |      | Nilai r.hitung | Nilai r.tabel | Keterangan |
|--------------------------------------|------|----------------|---------------|------------|
| Harga (X <sub>1</sub> )              | X1.1 | <b>0.844</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X1.2 | <b>0.864</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X1.3 | <b>0.920</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X1.4 | <b>0.882</b>   | 0.200         | Valid      |
| Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> ) | X2.1 | <b>0.703</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X2.2 | <b>0.626</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X2.3 | <b>0.723</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | X2.4 | <b>0.576</b>   | 0.200         | Valid      |
| Keputusan Pembelian (Y)              | Y.1  | <b>0.597</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | Y.2  | <b>0.642</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | Y.3  | <b>0.630</b>   | 0.200         | Valid      |
|                                      | Y.4  | <b>0.616</b>   | 0.200         | Valid      |

Sumber: *Data diolah*, SPSS Statistics 23, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang diajukan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka dalam penelitian ini semua pernyataan kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

#### Hasil Uji Reliabilitas

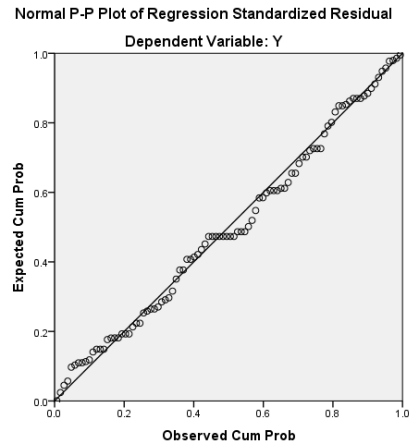
Tabel 4. Uji Reliabilitas

| Variabel                             | Cronbach's Alpha | Kriteria | Keterangan |
|--------------------------------------|------------------|----------|------------|
| Harga (X <sub>1</sub> )              | 0,833            | 0,60     | reliabel   |
| Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> ) | 0.754            | 0,60     |            |
| Keputusan Pembelian (Y)              | 0,730            | 0,60     | reliabel   |

Sumber : Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa setiap variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**



**Gambar 1.**  
**Hasil Uji Normalitas**

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan gambar di atas, diketahui data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

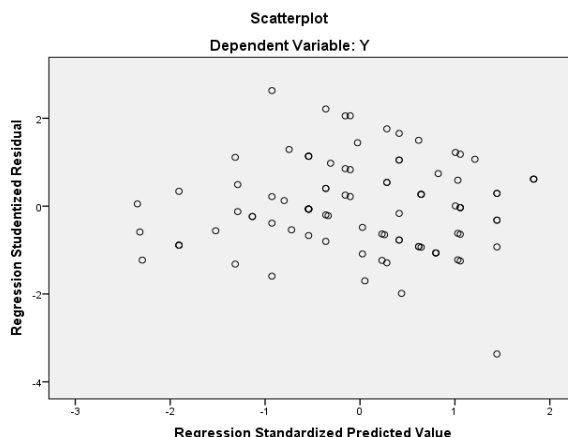
**Tabel 5. Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |       |             |                         |     |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------|-------------------------|-----|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | T     | Sig.        | Collinearity Statistics |     |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |             | Tolerance               | VIF |
| 1 (Constant)              | 4.580                       | 1.762      |                           |       | 2.600 | .011        |                         |     |
| X1                        | .251                        | .080       | .268                      | 3.151 | .002  | <b>.964</b> | <b>1.037</b>            |     |
| X2                        | .470                        | .083       | .479                      | 5.632 | .000  | <b>.964</b> | <b>1.037</b>            |     |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, diketahui nilai *tolerance* variabel X1 sebesar 0.964 > 0.10 dan nilai VIF sebesar 1.037 < 10. Nilai *tolerance* variabel X2 sebesar **0.964 > 0.10** dan nilai VIF sebesar **1.037 < 10**. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 tidak terjadi multikolinearitas.



**Gambar 2.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas di atas, diketahui bahwa ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Regresi Linear Sederhana

**Tabel 6. Uji Regresi linear Sederhana**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | <b>4.580</b>                | 1.762      |                           | 2.600 | .011 |
| X1           | <b>.251</b>                 | .080       | .268                      | 3.151 | .002 |
| X2           | <b>.470</b>                 | .083       | .479                      | 5.632 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : **Output SPSS**, SPSS Statistics 23, 2022

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.580 + 0.251 X_1 + 0.470 X_2$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- A = **4.580** merupakan nilai konstanta, jika nilai  $X_1$  dan  $X_2$  dianggap 0 maka nilai dari keputusan pembelian adalah sebesar **4.580**.
- $\beta_1$  = **0.251** artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan apabila variabel keputusan pembelian meningkat satu satuan, maka harga akan meningkat sebesar **0.251** satuan.
- $\beta_2$  = **0.470** artinya variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan apabila variabel keputusan pembelian meningkat satu satuan, maka kelengkapan produk akan meningkat **0.470** satuan.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T            | Sig.        |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------|-------------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |              |             |
| 1 (Constant) | 4.580                       | 1.762      |                           | 2.600        | .011        |
| X1           | .251                        | .080       | .268                      | <b>3.151</b> | <b>.002</b> |
| X2           | .470                        | .083       | .479                      | <b>5.632</b> | <b>.000</b> |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, SPSS Statistics 23, 2022

Dasar pengambilan keputusan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (**1.661**) dan nilai sig  $< 0.05$  maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial:

a. Harga ( $X_1$ )

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  **3.151**  $> t_{tabel}$  **1.661** dan nilai sig. **0.002**  $< 0.05$ . Hal ini berarti variabel harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Kelengkapan Produk ( $X_2$ )

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  **5.632**  $> t_{tabel}$  **1.661** dan nilai sig. **0.000**  $< 0.05$ . Hal ini berarti variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

Tabel 8. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Square | F             | Sig.                    |
|--------------|----------------|----|-------------|---------------|-------------------------|
| 1 Regression | 140.495        | 2  | 70.247      | <b>25.082</b> | <b>.000<sup>b</sup></b> |
| Residual     | 260.463        | 93 | 2.801       |               |                         |
| Total        | 400.958        | 95 |             |               |                         |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Output SPSS, SPSS Statistics 23, 2022

Berdasarkan hasil uji F dari tabel di atas ditunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar **25.082** sedangkan hasil  $F_{tabel}$  **3.09**. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (**25.082 > 3.09**). Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa nilai sig. **0.000** lebih kecil dari **0.05**, karena nilai sig. lebih kecil dari **0.05** maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Diponegoro Takalar (studi kasus pada konsumen Indomaret Diponegoro Takalar).

**Tabel 9. Uji Koefisien Determinas ( $R^2$ )**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .592 <sup>a</sup> | .350     | <b>.336</b>       | 1.674                      | 2.131         |

a. Predictors: (Constant), X2, X1  
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, SPSS Statistics 23, 2022

Berdasarkan tabel menunjukkan koefisien determinasi = **0.336**, artinya variabel harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja sebesar **33.6%** sisanya sebesar **66.4%** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti variabel lain di luar dari penelitian ini

### **Pembahasan**

Menurut Kotler & Armstrong (2013), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pelanggan memiliki batas bawah harga di mana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima dan batas atas harga yang di mana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.

Menurut Ma'ruf, kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umum dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Konsumen dapat memilih tempat yang akan dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual di tempat tersebut, (Ma'ruf 2006)

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat signifikan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 96 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 45 orang responden laki-laki dan 50 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka lebih banyak mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X1 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.19%, yang tertinggi adalah pernyataan X1.3 sebesar 4.25%, dan yang terendah adalah item pernyataan X1.4 dengan angka 4.16%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel harga menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai  $t_{hitung} 3.151 > t_{tabel} 1.661$  dan nilai sig.  $0.002 < 0.05$ . Hal ini berarti variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar .

Hasil penelitian menunjukan bahwa dengan kesesuaian harga maka juga akan meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh jawaban responden yaitu dengan pernyataan “Indomaret Diponegoro Takalar yang dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk”. Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik. Artinya hal ini dibuktikan bahwa pelanggan sangat tertarik berbelanja di Indomaret Diponegoro Takalar karena produk yang dijual harganya sangat terjangkau dan kesesuaian harga dengan manfaatnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlina (2018), dengan judul “Analisis Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen”. Hasil pada penelitian ini terbukti bahwa variabel pengaruh harga tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, yang dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya harga pada produk tidak menjadikan rendahnya nilai kepuasan terhadap konsumen. Penelitian lain yang sejalan juga dilakukan oleh Hainun Mansyur, Rois Arfin dan Restu Millaningtyas (2021) dengan judul Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Lokasi, Tata Letak Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Berbelanja :Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Sinar Mas– Kab. Ende-NTT. Hasil penelitian ini juga terbukti bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan berbelanja di Swalayan Sinar Mas Kab Ende-NTT.

## **2. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 96 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 46 responden laki-laki dan 50 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka lebih banyak mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X2 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.24%, yang tertinggi adalah pernyataan X2.4 sebesar 4.43%, dan yang terendah X2.3 sebesar 3.98%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kelengkapan produk menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai  $t_{hitung} 5.632 > t_{tabel} 1.661$  dan nilai sig.  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti variabel kelengkapan produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar.

Hasil menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kelengkapan produk juga akan meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Hal ini didukung oleh jawaban responden yaitu dengan pernyataan responden “Indomaret Diponegoro Takalar”. Artinya hal ini dibuktikan bahwa teori ketersediaan barang di jual Indomaret Diponegoro Takalar dengan variasi produk yang lengkap dan macam merek produk yang tersedia akan dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko dan keputusan pembelian konsumen. Semakin lengkap suatu pasar swalayan maka semakin lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhatul Mufidah (2021) dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tugu Gede Mayong”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan

produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar.

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan terhadap data yang didapat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel harga menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai  $t_{hitung} 3.151 > t_{tabel} 1.661$  dan nilai sig.  $0.002 < 0.05$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar.
2. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kelengkapan produk menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai  $t_{hitung} 5.632 > t_{tabel} 1.661$  dan nilai sig.  $0.000 < 0.05$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Diponegoro Takalar.

### Keterbatasan Penelitian

1. Objek penelitian ini hanya di fokuskan pada Indomaret Diponegoro Takalar yang mana hanya satu dari banyak mini market lain yang juga banyak terdapat aktifitas jual beli.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

### Saran

1. Disarankan kepada Indomaret Diponegoro Takalar untuk tetap menjaga kesesuaian harga dan selalu memberikan harga yang menarik sehingga bisa tetap mempertahankan loyalitas dari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Disarankan kepada Indomaret Diponegoro Takalar untuk selalu *update* dalam ketersediaan kelengkapan produk sehingga selalu menjadi tujuan ketika konsumen membutuhkan produk, hal tersebut memudahkan konsumen dalam keputusan pembelian. konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 3, (8th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, David. (2003). *Retail Maketing Management, Secon Edition*. Prentice Hall.
- Humairoh, S. (2019). *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pm Collection Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Herlina, H. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen*(13(2), 108-123). Jurnal Online Sekolah Tinggi Teknologi Mandala.
- Kotler, P., Amstrong, G., (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, (Edisi ke-12)*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, (Edisi Ketiga Belas. Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Media, Mitra Wacana.
- Mansyur, H., Arifin, R., & Millaningtyas, R. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Lokasi, Tata Letak Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Berbelanja "Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Sinar Mas-Kab. Ende-NTT"*. (15). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mufidah, W. (2021). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tugu Gede Mayong*. *Jekma*, 2(3).
- Nurchahyo, R.2019. "Pengelolaan Bisnis Ritel." (PT. Kuantum Buku Sejahtera).
- Raharjani.2006.*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemeliharaan Pasar Swalayan sebagai tempat Berbelanja*. Semarang: Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi.
- Rahayu, E. (2018). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran*. *Journal of science and social research*, 1(1), 7-12.
- Rusdawati, R., & Andriyati, Y. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Belanja Di Mentari Swalayan Di mana kemudahan Belanja Di Alfamart Menjadi Variabel Moderating*. *Keizai*. Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 2(1).

- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif. Kuantitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiharto, N., R. (2011). “*Analisis Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengunjung Pujasera "Jaya Makmur" di Semarang*”. Jurnal UNDIP.
- Swastha, Bashu, I., S. (2008) ` *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberti
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia.
- Utami, Christina, W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta. Selemba Empat.