BAB V
PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Mulya Santosa

Pada hasil penelitian mendukung hipotesis pertama, bahwa variabel kelngkapan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Mulya Santosa.

Dengan demikian sudah jelas bahwa kelengkapan produk menjadi hal yang penting dalam proses keputusan pembelian. Hal tersebut karena swalayan yang lebih unggul dalam penyediaan produk yang lenkap dapat berdampak kepada minat para konsumen untuk memutuskan pembelian. Begitu sebaliknya kelengkapan produk yang rendah justru akan membuat konsumen untuk memilih swalayan lain untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Anan Hafidzi yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Adabaru dapat diterima. Yang berarti semakin legkap produk yang disediakan, semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.[1]

Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan Tri Widodo.[2] berdasarkan hasil penelitiannya diketahui bahwa H_1 yang menyatakan diduga

---

[1] Alreza Anan Hafidzi,*Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Bravo Di Kota Bojonegoro,*(Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan,2013),Hal.71

[2] Tri Widodo, *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga,* Jurnal Among Makarti Vol.9 No.17, Juli Tahun 2016

terdapat pengaruh kelengkapan poduk terhadap keputusan pembelian kosumen di swalayan Adabaru tidak dapat diterima. artinya kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian bagi konsumen di swalayan Adabaru.

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.[3] Semakin lengkap sebuah pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin lengkap suatu swaayan dalam meyediakan produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan para konsumen, akan memberikan motivasi kepada konsumen untuk memutuskan pembelian dengan baik, akibatnya keputusan pembelian konsumen yang demikian dapat dipertahankan atau justru lebih ditingkatkan.karena semakin kesini justrukonsumen akan smakin membutuhkan sedikit banyak waktu untuk beebelanja, maka mereka akan memilih swalayan yang bisa memenuhi seluruh kebutuhannya pada satu tempat.

Berdasarkan teori diatas hasil yang didapatkan dalam penelitian ini nampaknya sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Mulya Santodadi desa Sidomulyo. Karena hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

---

[3] Kotler Dan Keller,*Manajemen…*,Hal.15

B. Pengaruh Harga Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Mulya Santosa

Dari hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti dapat dijelaskan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu menerima H_1 ini artinya bahwa harga kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada swalayan Mulya Santosa di Desa Sidomulyo kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti bahwa setiap pemberian harga yang semakin rendah dari para pesaing maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat di swalayan mulya Santosa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Melisa Dari hasil yang didapatkan dapat diambil kesimpulan bahwa bahwa bauran pemasaran ritel yang terdiri dari persediaan barang, harga, lokasi, bauran komunikasi, desain dan tampilan toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh.[4]

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diperoleh hasil seseuai dengan teori. Dimana Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli.

Menurut Umar “harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang

[4] Yuda Melisa,*Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh*” Jurnal Manajemen Volume 01 No.01 September Tahun 2012

nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli."[5]

Seperti halnya bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah produk tersebut bernilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggap sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi atau pembelian terhadap produk tersebut. Maka dalam penelitian ini variabel harga kompetitif pun juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada swalayan Mulya Santosa desa Sidomulyo kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Mulya Santosa

Hasil pengujian dalam penelitian ini menerima hipotesis, artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pemberian pelayanan menjadi hal yang penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, pelayanan yang baik akan menjadikan konsumen merasa enak dan nyaman untuk berbelanja di swalayan. Sikap ramah kepada pelanggan akan menjadikan satu nilai positif kepada konsumen untuk melakukan pembelian selanjutnya.

Penelitian ini searah dengan penelitian Weenas dalam penelitiannya yang bertujuan mengetahui pengaruh dari Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Spring Bed *Comforta*, yang

---

[5] Husein Umar,*Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama,2004),Hal.32

menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang mempengaruhi atas keputusan pembelian.[6]

Pemberian pelayanan yang berkualitas sangat penting dalam meningkatkan pembelian khususnya dalam menciptakan keputusan konsumen untuk dapat membeli produk yang dijual, karena kenyamanan serta kondisi emosional seseorang pada saat berada di toko merupakan ukuran terhadap peningkatan keputusan konsumen antuk membeli barang. Apabila pelayanan yang diberikan oleh karyawan cukup baik, maka akan mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian dengan yakin sehingga nilai pembelian di swalyan akan meningkat.

Menurut Kotler, mengartikan Kualitas layanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, nasabah, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang tingkat pemuasanya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Kualitas layanan yang baik dan menyenangkan akan memperbaiki mainset dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Komunikasi dan kerja sama yang baik antara konsumen dan karyawan, saling sapa, dan keramahan bukan saja meningkatkan keputusan pembelian. [7]

Berdasarkan teori diatas hasil yang didapatkan dalam penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan berpengaruh terhadap keputusan

---

[6] Jackson W.S.Weenas,*Jurnal Emba Kualitas Prosuk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta Vol.1 No.04* Tahun 2013

[7] Philiap Kotler, *Manajemen* ...,hal.89

pembelian. karena pelayanan yang baik dari karyawan akan menciptakan kenyamanan dan dapat meningkatkan pmbelian dari konsumen hingga terjadi pembeian ulang bahkan langganan pada swalayan Mulya Santosa Desa Sidomulyo Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung .

D. Kelengkapan Barang, Harga Kompetitif, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Hasil pengujian data pada penelitian ini dapat diketahui bahwa hipotesis ini dapat diterima , yang artinya kelengkapan barang, harga kompetitif, dan kualitas Pelayanan secara bersama–sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Engel & Paul bahwa syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah 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.[8] Hal tersebut bisa dicapai 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.

[8] James & Paul Miniard,*Perilaku Konsumen*,(Jakarta:Binarupa Aksara, 2001),hal.251

Berdasarkan hasil penelitian, kelengkapan produk yang dijual di Swalayan Mulya Santosa, pelanggan merasa tersedianya berbagai macam pilihan merek akan lebih membantu pelanggan, kemudian tersedianya berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, tersedianya *stock* yang cukup, serta tersedianya berbagai macam variasi produk. Selain menyediakan produk yang lengkap, Swalayan Mulya Santosa juga selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik. Dengan mengutamakan kebersihan dan kerapian, memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, memberikan fasilitias-fasilitas yang memuaskan pelanggan, bersikap sopan dan ramah terhadap pelanggan, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan selalu membantu pelanggan yang datang sehingga konsumen akan merasa puas dan memutuskan untuk membeli di Swalayan Mulya Santosa.