

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian di toko Bintang Shop Trenggalek dengan menyebarkan kuesioner/angket yang diisi oleh konsumen yang sedang berbelanja ataupun yang sudah berkali-kali berbelanja di toko Bintang Shop Trenggalek. Selanjutnya peneliti mengolah data hasil tanggapan dari responden menggunakan program *SPSS* dan *Eviews*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga (X1), kelengkapan produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada toko Bintang Shop Trenggalek. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut adalah pembahasan tentang hasil penelitian:

A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bintang Shop Trenggalek

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program *Eviews* 10 yang telah dijelaskan pada bab IV yang didasarkan pada hasil uji t (parsial) pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada toko Bintang Shop Trenggalek. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,113164 lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,966209 dan nilai probabilitas sebesar 0,2663 lebih besar dari 0,05.

Menurut Tjiptono, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi yaitu jumlah dari seluruh

nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki ataupun menggunakan suatu barang atau jasa.⁸³ Agar dapat memasarkan barang atau jasa, perusahaan harus menetapkan harga produknya secara tepat. Hubungan harga dengan keputusan pembelian yaitu harga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian akan semakin rendah, dan sebaliknya semakin rendah harga maka keputusan pembelian menjadi semakin tinggi. Namun, konsumen memiliki persepsi lain mengenai harga, yaitu semakin tinggi harga yang ditawarkan maka kualitas produk juga semakin bagus. Dan semakin rendah harga yang ditawarkan maka kualitas produk dapat dikatakan kurang bagus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyana dengan judul "*Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fasion secara Online pada Shopee di Pekanbaru*" yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸⁴ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, dan Muhammad Taufik Lesmana

⁸³ Yuliana, Junaidi, dan Safwan Kamal, "Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan dalam Peningkatan Transaksi", *JIM*, Vol. 2, No. 2, 53-70, (Aceh: IAIN Langsa, 2020), hal. 58

⁸⁴ Sri Mulyana, "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online pada Shopee di Pekanbaru", *Jurnal Daya Saing*, Vol. 7, No. 2, 185-195, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda, 2021)

yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan*” yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 Mart di Kota Medan.⁸⁵

Hal ini berarti bahwa harga tidak menjadi prioritas utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di toko Bintang Shop Trenggalek. Ada hal lain yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian. Pertimbangan tersebut yaitu mengenai produk yang dibeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Meskipun harga produk yang ditawarkan mahal, kualitas produk yang tersedia terjamin mutunya. Selain itu, lokasi yang mudah dijangkau karena terletak di pusat keramaian menjadikan toko Bintang Shop sebagai tempat perbelanjaan kosmetik yang cukup strategis.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khodijah Panjaitan dengan judul “*Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan*” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸⁶ Hal ini berarti

⁸⁵ Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, dan Muhammad Taufik Lesmana, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan”, *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1, 194-199, (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019)

⁸⁶ Khodijah Panjaitan, Skripsi: “*Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Swalayan Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan*” (Universitas Sumatera Utara, 2018)

bahwa harga menjadi salah satu prioritas utama yang diperhatikan konsumen dalam melakukan pembelian.

B. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bintang Shop Trenggalek

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program *Eviews 10* yang telah dijelaskan pada bab IV yang didasarkan pada hasil uji t (parsial) pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada toko Bintang Shop Trenggalek. Berpengaruh secara signifikan maksudnya yaitu terdapat hubungan yang erat antara kelengkapan produk dengan keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,559458 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,966209 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai kelengkapan produk dengan keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila kelengkapan produk semakin tinggi/baik maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan semakin tinggi/meningkat. Dan sebaliknya apabila kelengkapan produk semakin rendah/buruk maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan rendah/menurun.

Menurut Kotler, kelengkapan produk yaitu tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, ataupun dikonsumsi oleh

konsumen yang dihasilkan oleh produsen.⁸⁷ Kelengkapan yaitu kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan suatu toko. Barang-barang tersebut disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, serta harga yang sesuai guna mencapai sasaran suatu toko. Jadi dapat dikatakan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan pemilik toko kepada para konsumen, dan keberadaan produk tersebut ada setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Dalam hal ini toko Bintang Shop Trenggalek harus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggannya dengan cara melengkapi produk yang dijualnya. Banyaknya produk serta keberagaman produk yang ditawarkan dalam toko maka dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Dengan adanya kelengkapan produk yang disediakan toko Bintang Shop tersebut akan membuat konsumen tidak pindah ke toko lain hanya karena mencari barang yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Hidayat yang berjudul "*Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Bangunan Atha Mandiri Dukuwaluh)*" yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

⁸⁷ Yuliana, Junaidi, dan Safwan Kamal, "Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan dalam Peningkatan Transaksi", *JIM*, Vol. 2, No. 2 (Aceh: IAIN Langsa, 2020), hal. 59-60

pembelian.⁸⁸ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ricki Setyo Wibowo yang berjudul “*Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rally Variasi Kedungdoro Surabaya*” yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸⁹ Hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kelengkapan produk pada toko atau perusahaan dapat meningkatkan nilai keputusan pembelian konsumen. Karena konsumen cenderung akan memilih toko yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, akan membuat konsumen tidak mencari tempat lain dalam mencari barang yang dibutuhkan.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bintang Shop Trenggalek

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program *Eviews 10* yang telah dijelaskan pada bab IV yang didasarkan pada hasil uji t (parsial) pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada toko Bintang Shop Trenggalek. Berpengaruh secara signifikan maksudnya yaitu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan

⁸⁸ Taufik Hidayat, Skripsi: “*Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Bangunan Atha Mandiri Dukuhwaluh)*” (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020)

⁸⁹ Ricki Setyo Wibowo, “Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rally Variasi Kedungdoro Surabaya”, dalam <http://repository.untag-sby.ac.id>, 2020

dengan keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,574318 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,966209 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan semakin tinggi/baik maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan semakin tinggi/meningkat. Dan sebaliknya apabila kualitas pelayanan semakin rendah/buruk maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan rendah/menurun.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan.⁹⁰ Kualitas pelayanan adalah tindakan, cara kerja, ataupun upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilakukan karyawan dalam suatu perusahaan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dan harapannya terpenuhi. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Karena setiap kali konsumen melakukan pembelian, mereka akan berharap mendapat pelayanan yang baik dari suatu perusahaan sehingga konsumen tersebut merasa puas dan akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang.

⁹⁰ Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2 (Universitas Telkom, 2016), hal. 266

Apabila layanan yang diterima atau dirasakan konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek sesuai dengan harapannya maka kualitas pelayanan pada toko Bintang Shop tersebut dapat dikatakan baik dan memuaskan. Dan sebaliknya apabila layanan yang diterima atau dirasakan konsumen lebih rendah dari harapannya maka kualitas pelayanan yang diberikan toko Bintang Shop tersebut dapat dikatakan buruk. Jadi baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anang Ardiansyah yang berjudul "*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun*" yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹¹ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Latifah dan Suhardi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padam Batam*" yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹² Hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kualitas pelayanan yang diberikan toko atau perusahaan dapat meningkatkan nilai keputusan pembelian konsumen. Karena

⁹¹ Anang Ardiansyah, Skripsi: "*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun*" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019)

⁹² Suci Latifah dan Suhardi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padam Batam", *Ekivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 6, No. 1, 57-72, (Universitas Putera Batam, 2020)

konsumen memiliki harapan yaitu mendapat pelayanan yang baik dari toko atau perusahaan yang dikunjunginya sehingga konsumen tersebut merasa puas dan harapannya terpenuhi.

D. Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bintang Shop Trenggalek

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program *Eviews 10* yang telah dijelaskan pada bab IV yang didasarkan pada hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel harga (X1), kelengkapan produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada toko Bintang Shop Trenggalek. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 250,2330 lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar 2,628333 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi/baik harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan pada toko Bintang Shop Trenggalek maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan semakin tinggi/meningkat. Dan sebaliknya semakin rendah/buruk harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan pada toko Bintang Shop Trenggalek maka tingkat keputusan pembelian konsumen juga akan rendah/menurun. Konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian pada toko Bintang Shop mereka akan memperhatikan ketiga hal tersebut. Dalam hal ini salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak toko Bintang Shop Trenggalek adalah dengan

menetapkan harga produknya sesuai dengan daya beli konsumen dan tentu saja sesuai dengan harga pasar. Jika harga yang ditetapkan sesuai dengan daya beli konsumen, maka konsumen akan menerima harga tersebut dan produknya akan laku. Strategi penetapan harga merupakan hal yang penting dalam menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat yaitu harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen.

Hal yang diperhatikan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada toko Bintang Shop Trenggalek salah satunya adalah kelengkapan produk yang tersedia pada toko tersebut. Penyediaan kelengkapan produk yang baik akan menarik konsumen dalam melakukan pembelian, karena pada dasarnya konsumen akan memilih toko yang menawarkan produk dengan variasi yang lengkap, sehingga konsumen mudah dalam menemukan barang yang dibutuhkan. Dalam hal ini pihak toko Bintang Shop Trenggalek harus menyediakan produk kosmetik yang lengkap agar konsumen merasa puas dan tidak perlu pindah ke tempat lain hanya untuk mencari barang yang dibutuhkan. Selain itu, konsumen juga akan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak toko Bintang Shop Trenggalek, apakah pelayanannya baik atau buruk. Kualitas pelayanan yaitu upaya yang dilakukan pihak toko dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa ketepatan cara dalam penyampaian pihak toko yang sesuai dengan harapan dan kepuasan konsumen atau pelanggan. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang

baik, pihak toko Bintang Shop Trenggalek harus memberikan layanan yang dapat diterima dan dirasakan konsumen sesuai dengan harapannya. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, maka konsumen tersebut akan semakin puas dan akan memutuskan untuk melakukan pembelian.