

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian telah melakukan penelitian di Toko Bangunan Isna Tulungagung dan melakukan penyebaran angket yang diisi oleh konsumen. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden yang peneliti sebarakan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic 26 for windows* dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk (X_1), lokasi (X_2) dan kulaitas pelayanan islami (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko bangunan Isna. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut :

A. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Isna

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Isna hal itu terbukti pada indikator ukuran produklah yang banyak memilih setuju dan sangat setuju. Dimana hal itu menunjukkan bahwa pelanggan dari toko bangunan Isna membeli produk karena di toko tersebut menyediakan beragam bentuk dan ukuran sesuai kebutuhan. Yang berarti, apabila toko bangunan Isna menyediakan lebih banyak macam – macam bentuk dan ukuran produk, maka konsumen akan lebih tertarik untuk belanja di toko tersebut. Dan begitu sebaliknya, jika produk yang ditawarkan hanya terbatas maka konsumen akan pindah ke toko lain.

Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Semarang, *et.al* dimana didalam penelitiannya menjelaskan bahwa banyak pelanggan melakukan keputusan pembelian karena mempunyai produk yang lengkap ,ulai dari ukuran maupun model dari produk furniturnya.⁸³ Hal itu juga selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Fitrianiingsih, *et.al* dalam penelitiannya. Bahwa semakin banyak variasi produk di toko, semakin besar juga intensif bagi konsumen utuk melakukan keputusan pembelian di toko untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁸⁴ Dan keragaman produk sendiri memiliki banyak manfaat bagi penjual ritel. Karena selain membuat seseorang melakukan keputusan pembelian, juga dapat menambah keuntungan penjualan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Indrasari, yaitu ketertarikan konsumen terhadap produk yang beragam akan sangat mempengaruhi volume penjualan.⁸⁵

Hal itu dapat dibuktikan bahwa semakin tahun berdirinya toko bangunan Isna semakin luas dan inovatif dalam memperbaharui ragam produknya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Patrikha bahwa meskipun di masa pandemi banyak seorang konsumen melakukan keputusan pembelian karena di Coffeshop Pesen Kopi Bojonegoro melakukan inovasi produk dengan menambah beberapa varian rasa.hal tersebut yang membuat konsumen penasaran dan melakukan keputusan pembelian.⁸⁶

⁸³ Manab Semarang, Hartono dan Burhanudin, "*Pengaruh Harga...*", hal. 537

⁸⁴ Fitrianiingsih, Damanik, dan Zuliany "*Pengaruh Serviecescape...*", hal. 483

⁸⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan...*, hal. 31

⁸⁶ Rachmawati dan Patrikha, *Pengaruh Keragaman...*, hal. 188

B. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Isna

Hasil uji t menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti bahwa lokasi yang tepat dapat membuat seseorang mengetahui informasi mengenai brand toko, fasilitas dan produk didalamnya, dengan informasi yang didapat membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Dan dari tujuh indikator lokasi, yang paling tinggi nilainya terletak pada indikator mudah dijangkau dan lalu lintas lancar. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin letak suatu lokasi dekat dengan jalan raya dan memiliki lalu lintas disekitar lancar maka semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Dan lokasi dapat dikategorikan tepat dan strategis jika sudah sesuai dengan target konsumen dan lingkungan sekitar yang mendukung. Hal itu sejalan dengan pendapat Senggetang *et.al* bahwa lokasi yang strategis dan lingkungan sekitar mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian, seperti penelitiannya pada perumahan Kawanua Emerald City Manado dimana didekat perumahan ada Mall.⁸⁷

Dengan lokasi yang strategis penjual ritel akan merasakan manfaat jangka panjang. Seperti teori yang dikemukakan oleh Widjaja, yaitu lokasi yang strategis menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, namun sekaligus juga akan menjadikan biaya rental atau investasi tempat jadi mahal. Dan tingginya biaya lokasi tersebut dapat

⁸⁷ Vania Senggetang, Mandey dan Moniharapon, *Pengaruh Lokasi...*, hal. 887

terkompensasi dengan *reducing* dari biaya penjualan.⁸⁸ Hal tersebut dapat dilihat dari lokasi toko bangunan Isna yang strategis karena dekat dengan jalan raya dan pasar tradisional, selain itu pemilik toko juga memikirkan dengan matang bahwa mayoritas penduduk disekitar banyak yang budidaya ikan hias yang berarti pasti banyak orang yang membutuhkan semen, pipa dan lain sebagainya untuk membangun kebutuhan kolam ikan. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Annahdy bahwa di D&D Chicken banyak orang melakukan keputusan pembelian karena lokasi yang strategis. Karena semakin strategis dan mudah dijangkau suatu lokasi maka semakin meningkatkan pula penjualan dan seseorang melakukan keputusan pembelian.⁸⁹

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Isna

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti bahwa kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, empati dan jaminan yang dilakukan oleh karyawan maupun pemilik dapat membuat seseorang melakukan keputusan pembelian. Dan dari lima indikator kualitas pelayanan, yang paling tinggi nilainya terletak pada indikator kehandalan dan empati. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin sering karyawan maupun pemilik memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen maka semakin sering juga konsumen melakukan

⁸⁸ Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing* ..., hal. 81

⁸⁹ Mahmud Annahdy, *Pengaruh Produk* ..., hal. 13

keputusan pembelian. Dan salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik – baiknya.

Hal itu selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Arifin dan Azhari didalam penelitiannya, bahwa kualitas pelayanan yang baik akan membawa keuntungan yang maksimal.⁹⁰ Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan citra perusahaan yang dinilai baik oleh konsumen berdasarkan pengalaman yang diperolehnya. Berhubungan dengan itu, pelayanan antara pelanggan baru dengan pelanggan lama harus dibedakan. Karena pelanggan baru belum memahami entitas dari suatu usaha tersebut, berbeda dengan pelanggan lama. Dimana jika suatu pelayanannya kurang maka akan merasakan dan memberikan saran. Seperti yang dikemukakan oleh Ashton,⁹¹ bahwa pelanggan lama biasanya memiliki potensi lebih dibandingkan pelanggan baru. Karena pelanggan baru belum mengetahui tentang suatu pelayanan pada usaha tersebut. Devina dan Rokhyadi juga bersependapat, bahwa pelayanan berkaitan erat dengan seseorang melakukan keputusan pembelian dan juga mendapatkan kepuasan. Dalam penelitiannya mereka menjelaskan juga bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.⁹²

D. Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Isna

Hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dapat

⁹⁰ M. Zainal Arifin dan Azhari, "*Kualitas Pelayanan...*", hal.121

⁹¹ Robert Ashton, *How To...*, hal.86

⁹² Devina dan Rokyadi, *Pengaruh Promosi...*, hal.62

disimpulkan bahwa keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama – sama (simultan) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada toko bangunan Isna. Hal itu dapat dilihat dalam empat indikator keputusan pembelian yang memiliki nilai tinggi terletak pada indikator sesuai kebutuhan dan pembelian berulang. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin beragam produk, lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik, maka semakin banyak seseorang konsumen melakukan keputusan pembelian. Hal itu selaras dengan pendapat yang dikatakan oleh Mimi dan Daniaty, bahwa seseorang melakukan keputusan pembelian pada Hypermart Puri Indah Jakarta Barat dikarenakan empat faktor yaitu harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk.⁹³

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran akan dilakukan oleh suatu perusahaan. Seperti yang dijelaskan bahwa keputusan pembelian di pengaruhi oleh empat faktor yaitu individu, sosial, budaya dan psikologis. Dari beberapa faktor yang paling sering untuk dijadikan patokan merancang strategi pemasaran adalah faktor sosial. Karena faktor sosial berhubungan langsung dengan perilaku, norma dan adat istiadat disuatu daerah. Maka dari itu faktor sosial sangat mempengaruhi eksistensi suatu bisnis dapat berkembang. Seperti : suatu usaha olahan daging sapi tidak akan dapat berkembang usahanya jika menjual jasa maupun produknya di Bali, karena di Bali mayoritas beragama Hindu dimana memakan

⁹³ Mimi dan Daniaty, *Pengaruh Harga...*, hal. 130

daging sapi adalah haram. Seperti yang dikemukakan oleh Nurmawati,⁹⁴ bahwa sikap dan tindakan individu dalam suatu masyarakat dalam beberapa hal yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, aturan dan norma akan menimbulkan sikap yang cenderung homogen (cenderung seragam). Hal itu juga dikatakan oleh Hibatullah,⁹⁵ bahwa keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di TB. Rejeki Agung Surabaya. Dimana dalam studinya, menunjukkan bahwa lokasi adalah variabel yang memiliki pengaruh tinggi daripada keragaman produk dan kualitas pelayanan.

⁹⁴ Ir. Nurmawati, *Perilaku Konsumen...*, hal 3

⁹⁵ Nadhifia Hibatullah, *Pengaruh Lokasi...*, hal. 14