

## Analisis Keputusan Konsumen Berbelanja di Toko UD. Winmart Singaraja

I Gusti Made Oka Astana<sup>1</sup> I Made Panji Dwipayana<sup>2</sup>  
S1 Manajemen, STIE Satya Dharma Singaraja<sup>1</sup>  
S1 Manajemen, STIE Satya Dharma Singaraja<sup>2</sup>

### ABSTRAK

**Kata kunci:**  
Kelengkapan  
Produk, Tata  
Letak Produk,  
Harga, Lokasi,  
Keputusan  
Pembelian

Penelitian ini dilakukan di toko UD. Winmart Singaraja untuk mengetahui pengaruh dari kelengkapan produk, tata letak produk, harga, dan lokasi dalam keputusan konsumen melakukan perbelanjaan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dimana teknik dalam pengumpulan data yang digunakan di penelitian ini adalah kuesioner dengan pengukuran skala rating 1-10, dan respondennya adalah konsumen dari toko UD. Winmart Singaraja sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan adalah Model Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Statistik. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa disetiap variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko UD. Winmart Singaraja.

### ABSTRACT

**Keywords:**  
Product  
Completeness,  
Product Layout,  
Price, Location,  
Purchase Decision

*This research was conducted at the UD. Winmart Singaraja store to determine the effect of product completeness, product layout, price, and location in consumer decisions to do shopping. The approach in this study uses a quantitative approach, where the data collection technique used in this study is a questionnaire with a rating scale measurement of 1-10, and the respondents are consumers from UD. Winmart Singaraja stores as many as 100 people. In this study, the data analysis technique used is the Multiple Linear Regression Model with the help of the SPSS Statistics application. The results obtained indicate that each independent variable used in this study has a positive and significant influence on purchasing decisions at UD. Winmart Singaraja Stores.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha selama ini diikuti juga dengan persaingan ketat yang terjadi di dunia usaha, salah satunya yang bergerak di bidang ritel. Hal ini ditandai dengan bermunculannya pelaku usaha yang melakukan aktivitas perdagangan dibidang ritel. Baik itu berupa toko klontong, minimarket, supermarket atau usaha ritel lainnya. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan ketat diantar pelaku-pelaku usaha yang bergerak di bidang ritel, yang menawarkan berbagai jenis produk pada konsumen. Utomo (2010) mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis ritel dipicu oleh peluang pasar yang terbuka lebar, usaha manufaktur yang semakin berkembang, serta pemerintah yang memang memberikan dukungan dalam perkembangan bisnis ritel. Setiap perusahaan atau pelaku usaha dituntut untuk mengenal pasar dan kebutuhan konsumen dengan sebaik mungkin agar mampu berhasil dalam persaingan.

Banyak hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam melakukan aktivitas perdagangan agar sukses dan berhasil dalam menguasai pasar ditengah persaingan yang ketat baik itu diantara perusahaan atau pelaku usaha, yaitu dengan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Untuk itu, Adapun beberapa faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menjalankan usaha yang bergerak di bidang ritel, salah satunya yaitu kelengkapan produk. Dengan lengkap dan beragamnya produk yang disediakan akan membuat konsumen merasakan pengalaman yang baik dalam berbelanja di toko tersebut dan konsumen tidak perlu lagi berpindah toko

hanya untuk mencari produk yang mereka butuhkan dan inginkan. Adapun pendapat yang mendukung dari Raharjani dalam (Lemana, 2017, hal. 2) bahwa konsumen akan lebih cenderung melakukan perbelanjaan di tempat berbelanja yang menyediakan produk yang lebih bervariasi serta lengkap yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas dari keragaman produk yang ditawarkan oleh penjual

Selain faktor kelengkapan produk, faktor tata letak produk juga mempunyai peranan yang penting di saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di suatu tempat perbelanjaan. Adapun pendapat yang mendukung menurut (Supariyani dan Sahala 2013) yang menyatakan bahwa tata letak adalah suatu hal yang dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja dari konsumen saat melakukan pembelian.

Selanjutnya faktor yang dapat berpengaruh di dalam konsumen memutuskan melakukan pembelian adalah harga, Ketika konsumen datang untuk berbelanja ke suatu tempat perbelanjaan hal awal yang diperhatikan adalah harga dari produk tersebut. Penetapan harga perlu diperhatikan oleh perusahaan atau pelaku bisnis karena konsumen cenderung melakukan pembelian dengan mempertimbangkan harga dari sebuah produk yang ditawarkan apakah produk yang ditawarkan sesuai dengan daya beli serta apakah suatu harga dari sebuah produk sebanding dengan kualitas yang didapatkannya. Penentuan dan penetapan harga suatu produk haruslah tepat agar konsumen puas atas harga yang ditawarkan dan dengan tidak mengabaikan kualitas dari produk.

Faktor selanjutnya yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya yaitu adalah lokasi, dimana dalam membangun suatu bisnis faktor lokasi memiliki peranan yang penting dalam menjalankan bisnis karena lokasi merupakan faktor yang juga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian. Adapun pendapat Lamb (2001) dalam (Rani Puspa, 2017, hal. 208) yang menyatakan bahwa memilih lokasi yang bagus adalah hal yang sangat penting dilakukan dalam menjalankan suatu usaha, hal ini karena keputusan dalam menentukan lokasi memiliki dampak jangka panjang, baik itu dibeli atau disewa. Serta penentuan dalam pemilihan sebuah lokasi juga akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dikemudian hari. Jadi pemilihan lokasi haruslah bisa mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usaha yang dijalankan mampu bertahan dan berkembang.

Toko UD. Winmart adalah usaha yang bergerak di bidang ritel (toko klontong) yang dikelola langsung oleh pemiliknya yaitu Ibu Wayan Liastuti, usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2002 hingga sekarang, dan dapat berpindah tempat pada tahun 2007 ke tempat yang sekarang, yang berada di Jalan Gajah Mada, Kelurahan Kendran. Toko UD. Winmart berlokasi ditempat yang cukup bagus yaitu bertempat di pinggir jalan yang sering dilalui calon konsumen. Salah satu indikator bahwa sebuah toko atau suatu usaha sukses atau tidaknya adalah dari seberapa banyak penjualan atau pendapatan yang diperoleh atas produk yang ditawarkan. Untuk mengetahui hal tersebut, berikut data penjualan Toko UD. Winmart Singaraja.

**Tabel 1.** Data Penjualan UD. Winmart Singaraja

<b>Tabel 1.</b>		
Tahun	Penjualan	Persentase
2017	Rp. 126.125.000	0
2018	Rp. 120.283.333	-5%
2019	Rp. 111.066.667	-8%
2020	Rp. 116.166.667	4%
2021	Rp. 119.700.000	3%
Jumlah	Rp. 593.341.667	-6%
Rata-rata	Rp. 118.668.333	-1%

Sumber Data: Rekap penjualan selama lima tahun dari tahun 2017-2021 (diolah)

Dari tabel 1 Data penjualan diatas, maka dapat diketahui bahwa hasil penjualan UD. Winmart yang didapatkan dari awal tahun 2017 hingga tahun 2021 mengalami fluktuasi. Dan apabila dilihat secara kualitatif persentase penjualan pada UD. Winmart tidak memiliki trend yang meningkat yang dimana persentase penjualan mengalami fluktuasi menurun. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2017 hingga tahun 2019 yang mana terus mengalami penurunan penjualan. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 4% dan peningkatan penjualan terjadi juga di tahun 2021 yang mana peningkatan yang terjadi sebesar 3% dari tahun sebelumnya, dengan tingkat rata-rata penurunan penjualan sebesar 1%.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan diantaranya ada pada faktor kelengkapan produk, harga dari produk, tata letak produk dan lokasi dari usaha yang dijalankan, yang terkadang Toko UD. Winmart tidak dapat memenuhi permintaan dari konsumen karena barang yang sedang dicari memang tidak tersedia atau sedang habis stok, dan pada penataan tata letak produk produk yang dijual tidak mudah dilihat oleh konsumen, meskipun mudah dijangkau. Selanjutnya berdasarkan wawancara dengan Ibu Wayan Liastuti dikatakan bahwa dari pihak toko dalam penetapan harga sudah sesuai dengan harga dipasaran. Namun tidak jaraang ditemui konsumen yang kadang membandingkan harga yang ditetapkan dengan toko lain, karena harga yang ditetapkan oleh toko UD. Winmart tidak sesuai dengan harapan mereka. Namun karena memang faktor lokasi yang strategis membuat sebagian dari mereka yang tidak cocok harga tetap melakukan pembeli di Toko UD. Winmart Singaraja.

## **Tipe Artikel**

### **1. Kelengkapan Produk**

Menurut Ma'rif dalam Herlina (2018) berpendapat bahwa "Kelengkapan produk merupakan tindakan penyediaan produk yang sesuai dengan usaha yang sedang dijalankan baik itu produk sandang, pangan pakaian, papan, dan lainnya atau kombinasi yang disediakan toko dalam jumlah, waktu, dan harga yang sesuai dalam mencapai tujuan toko atau perusahaan di bidang ritel". Pendapat Kotler dalam (Lesmana, 2017) mengatakan bahwasanya kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis suatu produk untuk ditawarkan ke konsumen, baik itu digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan tertentu atau untuk mendapatkan manfaat tertentu, keistimewaan dari sebuah produk bukan hanya mencakup aspek fisik produk saja (*tangible features*), tetapi juga berupa aspek non fisik (*intangible features*) semacam nama baik atau *goodwill* dan jasa yang tidak terlihat.

### **2. Tata Letak Produk**

Berdasarkan pendapat dari Murdifin dan Mahfud (2011:433) dalam (Armanjani Fikri, 2018) tata letak ialah suatu pertimbangan taktis operasional yang terlibat memastikan efisiensi dari operasi perusahaan dalam jangka panjang. Dengan penataan tata letak yang baik tentunya dapat mempersembahkan dampak yang baik juga pada peningkatan produktifitas perusahaan. Menurut Ma'arif dan Tanjung (2006:213) dalam (Ita Masibbuk, dkk, 2019) menyatakan bahwa dalam penataan tata letak produk jangan sampai ditemukan ruang yang berfungsi untuk barang yang tidak berguna.

### **3. Harga**

Menurut Manap (2016:289) "harga merupakan nilai sebuah barang yang dinyatakan dalam bentuk uang". Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2013) dalam (Enos Korawa, 2018) harga merupakan nilai sejumlah uang yang ditetapkan pada suatu produk atau jasa, atau bisa disebut juga harga adalah total dari nilai yang diberikan konsumen atas manfaat yang dimiliki atau digunakan dari suatu produk atas jasa.

### **4. Lokasi**

Menurut Alma (2016:103) berpendapat bahwa lokasi adalah tempat yang dimana perusahaan akan melakukan upaya aktivitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Adapun pengertian lokasi menurut kasmir dalam (Fathoni, 2016) menyebutkan bahwa lokasi merupakan tempat dimana suatu perusahaan akan memberikan pelayanan bagi konsumen, dan juga sebagai tempat untuk memajang produk yang ditawarkan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di UD. Winmart Singaraja yang terletak di JL. Gajah mada, Kelurahan Kendran Singaraja, yang merupakan usaha yang bergerak di bidang ritel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data kuantitatif dan kualitatif, dan yang termasuk di dalam data kuantitatif adalah jumlah responden dan jawaban kuesioner dari responden dan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah data yang berupa angka-angka berupa hasil SPSS yang kemudian dilakukan penelaahan yang mendalam untuk mengetahui arti dari angka tersebut. Data kualitatif dalam

penelitian ini yang termasuk data kualitatif adalah keberadaan dan aktivitas Toko UD. Winmart Singaraja. Selanjutnya sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan skunder. Data primer ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan seperti jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden dan Data skunder ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan seperti dokumen-dokumen berupa laporan penjualan dari Toko UD. Winmart Singaraja. Selanjutnya populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pada umumnya pernah melakukan pembelian di UD. Winmart Singaraja dan penggunaan sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik kuesioner dan dokumentasi. Teknik kuesioner yang digunakan adalah pilihan dimana setiap pertanyaan telah tersedia pilihan jawaban yang paling tepat bagi responden. Dan teknik pengumpulan data pada dokumentasi yaitu cara pengumpulan data dengan jalan membaca mencatat kemudian menelaah isi dari catatan dan bukti yang ada di UD. Winmart Singaraja.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Pengujian Validitas

Tabel 2. Nilai Koefisien Korelasi.

	KLP	TLP	HG	LK	KP
KLP1	0,847				
KLP2	0,819				
KLP3	0,841				
KLP4	0,731				
TLP1		0,738			
TLP2		0,808			
TLP3		0,770			
TLP4		0,665			
HG1			0,813		
HG2			0,759		
HG3			0,775		
HG4			0,671		
LK1				0,750	
LK2				0,874	
LK3				0,798	
LK4				0,697	
KP1					0,791
KP2					0,778
KP3					0,838

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Pada tabel 2 didapatkan hasil bahwa seluruh indikator variabel pengukuran dinyatakan valid karena pada butir-butir masing-masing variabel mempunyai nilai koefisien korelasi  $> 0,195$ , nilai  $0,195$  didapat dari perbandingan nilai  $r$  tabel dengan jumlah sampel 100 orang dan nilai Sig dari setiap item dari masing-masing variabel lebih kecil dari  $0,05$  sehingga dapat dijelaskan bahwa item telah valid atau lolos uji validitas.

#### Hasil Pengujian Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach alpha</i> ( $\alpha$ )	Keterangan
Kelengkapan Produk(KPL)	0,825	Reliabel

Tata Letak Produk(TLP)	0,734	Reliabel
Harga(HG)	0,744	Reliabel
Lokasi(LK)	0,786	Reliabel
Keputusan Pembelian(KP)	0,718	Reliabel

Sumber:Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Dari hasil analisis yang didapatkan data pada tabel 3 dapat menjelaskan bahwa dari hasil perhitungan reliabilitas pada setiap pernyataan di masing-masing variabel penelitian jika dibandingkan dengan kriteria alfa reliabilitasnya yaitu ( $\alpha$ ) >0,60 maka dapat dijelaskan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

**Tabel 4.** Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,05198158
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,058
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,584
Asymp. Sig. (2-tailed)		,884

Sumber:Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Dari hasil analisis yang didapatkan pada tabel 4 menunjukkan bahwa normalitas pada pengujian terhadap 100 data awal menunjukkan bahwa nilai kolmogorov-smirnov (K-S) sebesar 0,884 dan tidak signifikan pada 0,05. Karena nilai (K-S) 0,884 >0,05. Maka dapat dijelaskan bahwa model regresi berdistribusi normal.

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

**Tabel 5.** Hasil Pengujian Multikolinieritas

Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
	,761	1,315
	,511	1,957
	,543	1,842
	,646	1,549

Sumber:Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Berdasarkan hasil analisis data diatas pada table 5, diketahui bahwa *tolerance value* > 0,1 dan VIF<10, maka dapat dijelaskan bahwa keempat variabel independen yang digunakan tidak terdapat hubungan multikolinieritas.

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

**Tabel 6.** Hasil Pengujian heteroskedastistas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kelengkapan Produk	0,629	Tidak terjadi heteroskedasitas

Tata Letak Produk	0,851	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,765	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lokasi	0,897	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Berdasarkan hasil analisis data diatas pada table 6, dapat dijelaskan bahwa keempat variabel independen yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena nilai signifikansi setiap variabel bebas  $> 0,05$ .

### Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1,043	1,938		,538	,592
	KLP	,143	,042	,227	3,377	,001
	TLP	,180	,058	,256	3,123	,002
	HG	,201	,052	,305	3,843	,000
	LK	,228	,065	,255	3,503	,001

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Dari hasil analisis data yang dilakukan, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,043 + .143X_1 + .180 X_2 + .201 X_3 + .228X_4 + 1,938$$

### Hasil Pengujian Kelayakan model

Tabel 8. Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 <sup>a</sup>	,675	,661	1,07390

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Dari hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa  $R^2$  sebesar 0,675 atau 67,5 %. Artinya bahwa variabel kelengkapan produk, tata letak produk, harga dan lokasi dapat menjelaskan 67,5 % variabel keputusan pembelian. Sisanya 32,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Hasil Pengujian Kelayakan model

Tabel 9. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	227,200	4	56,800	49,252	,000 <sup>a</sup>
Residual	109,560	95	1,153		
Total	336,760	99			

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung > F table sebesar 49,252 > 2.474 dengan nilai signifikan sebesar 0,00. Dan tingkat signifikannya lebih kecil daripada 0,05 maka  $H_0$  diterima. Dan dapat di simpulkan bahwa variabel kelengkapan produk, tata letak produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh pada keputusan pembelian.

**Hasil Pengujian Kelayakan model**

**Tabel 10.** Uji Signifikan Simultan (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,043	1,938		,538	,592
KLP	,143	,042	,227	3,377	,001
TLP	,180	,058	,256	3,123	,002
HG	,201	,052	,305	3,843	,000
LK	,228	,065	,255	3,503	,001

Sumber: Hasil Analisis SPSS for Windows 18.0

Dari hasil analisis yang diperoleh, atas pengujian secara parsial yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masing masing variabel yang digunakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Winmart Singaraja.

**Pembahasan**

**Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa Kelengkapan Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, maka hipotesis diterima. Dapat dilihat bahwa konsumen cenderung melakukan perbelanjaan ditempat yang memang menyediakan produk yang lengkap dan beragam yang mana ini adalah kecenderungan konsumen melakukan perbelanjaanditempat yang sama dalam melakukan pembelian di satu tempat perbelanjaan. Pendapat diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Heni2018) dijelaskan bahwa kelengkapan produk mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh Tata Letak Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil pengujian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa Tata Letak Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, maka hipotesis diterima. Dan dapat dilihat bahwa memang tata letak produk ikut serta dalam menarik keputusan konsumen melakukan perbelanjaan disuatu tempat perbelanjaan, semakin tata letak suatu produk ditata dengan baik maka keputusan konsumen juga akan besar melakukan perbelanjaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (kusmandani, 2017) dijelaskan bahwa tata letak produk berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian konsumen.

**Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan dari hasil pengujian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, maka hipotesis diterima. Tidak dipungkiri harga memang ikut andil besar di dalam konsumen memutuskan melakuakan perbelanjaan karena harga memang dijadikan acuan dalam melakukan perbelanjaan disuatu tempat perbelanjaan, hasil penelitian yang diperoleh selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Vigit bayu Prihantoko (2020) dijelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian konsumen.

**Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil pengujian yang telah diperoleh menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, tidak beda dari faktor-faktor yang telah dijelaskan

sebelumnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, lokasi sebuah tempat perbelanjaan juga dijadikan pertimbangan dalam melakukan perbelanjaan jika suatu tempat memiliki lokasi yang dirasa mudah dijangkau dan strategis itu akan menjadikan keputusan konsumen untuk melakukan perbelanjaan akan meningkat. Selaras dengan hasil penelitian Polla (2018) dijelaskan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian konsumen. Dan memang lokasi yang strategis dirasa cukup untuk membuat konsumen memutuskan untuk berbelanja di UD. Winmart Singaraja

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis data yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa keseluruhan hipotesis dapat dinyatakan diterima dengan kesimpulan Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Tata letak Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan dampak positif bagi toko UD. Winmart Singaraja agar kedepannya dapat lebih berkembang lagi dengan memperhatikan faktor-faktor penting yang mempengaruhi konsumen melakukan perbelanjaan dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen melakukan perbelanjaan seperti menjaga kelengkapan produknya, tata letak, harga yang dapat bersaing dan lokasi. Agar nantinya konsumen tetap melakukan perbelanjaan dalam jangka waktu yang lama. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menambah variabel independen lainnya selain yang digunakan dalam penelitian ini, karena dirasa masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Winmart Singaraja.

## DAFTAR RUJUKAN

- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Enos Korowa., Sontje Sumayku., Sandra Asaloei. 2018. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen (studi kasus freshmart bahu manado). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 3.
- Fikri Armanjani Siregar. 2018. Pengaruh Store Layout, Emotional Factor, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan konsumen di Alfamart Air Hitam Pekanbaru. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Heni. 2018. Pengaruh harga, kelengkapan produ, dan lokasi Terhadap Keputusan pembelian di Mini Market Masita. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Herlina. 2018. Analisis Pengaruh Hrga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Isu Teknologi STT Mandala. Vol. 13, No. 2 Desember ISSN 1979-4819 E-ISSN 2599-1930.
- Ita Masibuk., S.Moniharapon dan Imelda W.J Ogi. 2019. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan dan Tata Letak terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada golden pasar swalayan di kota manado). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi.
- Kusmandani, L. 2017. Pengaruh Tata Letak dan Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus di pasar kliwon kudus).
- Lemana, R dan Juwardi. 2017. Pengaruh kelengkapan produk dan penetapan harga terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol.1. No.1.
- Ma` Arif dan Tanjung. 2016 Manajemen oprasi. Garisido, Jakarta.
- Manap, A. 2016. Revolusi manajemen pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Polla, Febriano Clinton. 2018. Analisis Pengaruh harga,promosi, lokasi dan kualitas pelayanan Terhadap keputusan pembelian Konsumen pada PT. Indomart Manado Unit Jalan Sea. Jurnal EMBA Vol. 6 No.4.
- Rani Puspa, A. P. (2017, Juli). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 3
- Utomo, TJ 2010, 'Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel', Fokus Ekonomi, Volume 5, Nomor 1, pp. 70-80
- Vigit Bayu Prihantoko. 2021. Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen allyamartgrosir dan enceran buntu banyumas).