
Pengaruh Kelengkapan Produk, Lokasi Pelayanan Dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja

¹ I Gusti Made Oka Astana ² Ni Putu Wendy Katrina

¹ Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Darma Singaraja

Email: okaastana@gmail.com & wendykatrina215@gmail.com

Keyword :

Product completeness,
Location Service, Layout,
buying decision.

Abstract. In Sharp Competition like this, usually the success of many companies is determined by the accuracy of the company in taking advantage of opportunities and identifying activities in an effort to obtain and use goods or service. One is building shop sells a variety of building materials. The purpose of this study was to determine the effect of product completeness, location, service and layout on purchasing decisions at the Jaya Raya Store branch pemaron singaraja. This research uses a quantitative approach. Data collection techniques used in this study were in the form of questionnaires, with measuring instruments in the form of agree-disagree scale, in which selected respondents were consumers at the Jaya Raya Shop branch pemaron singaraja ad many as 95 people. All the relationship variables examined in this study showed significant results related to the existence of the completeness of the product, location service, and layout of the purchasing decisions at the jaya raya shop branch pemaron. For that reason, in its realization, the jaya raya shop branch of the pemaron expected to be able to improve the completeness of the product, location, service, and layout so that it can improve purchasing decisions at the jaya raya shop of the branch pemaron.

Abstrak. Dalam persaingan yang tajam seperti ini, biasanya keberhasilan perusahaan banyak di tentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa. Salah satunya adalah Toko Bangunan dimana Toko Bangunan ini menjual berbagai macam bahan-bahan bangunan. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan produk, Lokasi, Pelayanan dan Tata Letak terhadap Keputusan pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner, dengan alat ukur berupa Agree-Disagree Scale, dimana yang dipilih menjadi responden adalah para konsumen pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron singaraja sebanyak 95 orang. Semua hubungan variabel yang diteliti dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan terkait dengan keberadaan Kelengkapan Produk, Lokasi pelayanan dan Tata Letak terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron. Untuk itu dalam realisasinya, Toko Jaya raya cabang pemaron diharapkan mampu meningkatkan Kelengkapan Produk, Lokasi, Pelayanan, dan Tata Letak sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron singaraja.

Corresponden author:

Email: xxxx@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, biasanya keberhasilan perusahaan banyak

di tentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang atau

jasa yang termasuk di dalam proses keputusan pembelian. Salah satunya adalah Toko Bangunan dimana Toko Bangunan ini menjual berbagai macam bahan-bahan bangunan. Toko Bangunan adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang perdagangan bahan bangunan untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena bahan bangunan itu sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Banyak persaingan yang kita temui di sekitaran toko tidak mudah untuk kita membuat konsumen tertarik atau melakukan transaksi karena banyaknya persaingan yang ada.

Salah satu persaingan yang ada di itu adalah kelengkapan produk kini banyak toko-toko yang bersaing untuk memperbanyak produknya agar konsumen tidak berpindah tempat dalam memilih atau berbelanja, di Toko Jaya Raya Cabang Pamaron mungkin saat ini kelengkapan produknya belum sepenuhnya karena masih bertahap untuk memutasi barang dari cabang lainnya ke cabang pamaron, maka untuk bertahan, berkembang dan dapat bersaing maka Toko Jaya Raya Pamaron harus mampu meningkatkan kelengkapan Produk.

(Kotler, 2002) mengemukakan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Konsumen di hadapkan oleh berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat konsumen beli.

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. (Ma'ruf, 2006) menyatakan bahwa lokasi adalah letak dimana pengecer membuka gerainya. Lokasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Jika lokasinya strategis, mudah dijangkau, aman, lahan parkir luas maka konsumen juga akan senang dan akan memutuskan untuk berbelanja ditempat

tersebut. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Pelayanan juga salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. (Ananda, 2013) mengemukakan pelayanan suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan orang lain.

Tata letak atau bisa di sebut *Store layout* merupakan susunan dan letak dari berbagai kelengkapan yang dibutuhkan oleh toko (jenis barang, penataan barang, fasilitas toko, pengaturan toko, dan kelompok barang) agar terkesan rapi dan menarik untuk dilihat sehingga para pengunjung tidak bingung ketika berada di dalam toko tersebut. Menurut (Berman, 2017), *Store layout* direncanakan sesuai dengan program ruang yang biasanya disusun berdasarkan observasi mengenai kebutuhan ruang.

Selain itu pula dalam kegiatan pemasaran keputusan pembelian sangat mempengaruhi penjualan produk perusahaan, semakin besar keputusan pembelian maka semakin mempengaruhi penjualan perusahaan. Keputusan pembelian menurut (Suharto, 2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah kegiatan mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilhan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Dengan demikian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada Toko Jaya Raya pasti memiliki sebuah pertimbangan dalam memilih Barang atau Produk mulai dari kualitas maupun manfaat yang diberikan dan keunggulan produknya. Produk yang dijual oleh perusahaan bersangkutan sangat beragam. Berikut Daftar Barang Pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron Singaraja yang dilihat dari Tabel 01 :

Tabel 01
Daftar Barang
Daftar Barang pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja

Produk	Harga	Produk	Harga
Monoblok Amstad	Rp 1.500.000	Monoblok Alice	Rp 900.000
Kloset Jongkok Amstad	Rp 350.0000	Wastafel Vanity	Rp 800.000
Wastafel Amstad	Rp 550.000	Monoblok Dux	Rp 900.000
Urinoil Sitong	Rp 1.500.000	Monoblok Toto	Rp 2.500.000
Kloset Gaya Best	Rp 400.000	Wastafel Renovo	Rp 265.000
Wastafel Wasser	Rp 550.000	Monoblok Renovo	Rp 900.000
Kloset Jongkok Toto	Rp 800.000	Monoblok Granada	Rp 2.200.000
Kloset Kodok Renovo	Rp 1.200.000	Urinoil Renovo	Rp 1.000.000
Kloset Gaya Amstad	Rp 800.000	Wastafel Afos	Rp 700.000

Sumber : Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja

Dari data di atas di ketahui bahwa produk dari Toko Jaya Raya Pemaron Singaraja sangat bervariasi dalam Kelengkapan Produknya mulai dari Merk, bentuk dan beragam sehingga dapat menarik konsumen untuk berbelanja, sehingga Toko Jaya Raya Cabang Pemaron singaraja menjadi tujuan utama para konsumen untuk berbelanja. Lokasi yang ada pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron juga sangat Strategis sehingga gampang konsumen mencari atau berbelanja pada Toko Jaya Raya cabang Pemaron Singaraja, Bukan itu saja Pelayanan yang diberikan juga sangat ramah, dan sangat

bisa memuaskan konsumen, Selain itu ada Tata Letak dimana Tata letak ini sangat penting di dalam Toko untuk mempermudah konsumen dalam memilih barang yang di inginkan atau dibutuhkan dan yang terakhir yakni Keputusan Pembelian dimana keputusan ini akan di putuskan oleh konsumen untuk memilih yang akan dibeli sehingga akan terjadinya suatu transaksi. Berikut ini hasil data penjualan yang ada di Toko Jaya Raya Cabang Pemaron yang dilihat dari Tabel 02. Data tersebut di peroleh dari Toko Jaya Raya Cabang Pemaron.

Tabel 02
Persentase Penjualan pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron
Bulan Mei- September 2019

Bulan	Jumlah Penjualan	Persentase
Mei	Rp. 320.955.500	32%
Juni	Rp. 300.845.000	30%
Juli	Rp. 390.180.000	39%
Agustus	Rp. 380.215000	38%
September	Rp. 310.495.000	31%

Sumber : Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja

Berdasarkan data di atas menunjukkan kenyataan bahwa tingkat penjualan Pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron Singaraja tidak stabil, terbukti dari naik turunnya penjualan dari data di atas. Pada bulan Juli data penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp. 390.180.000 dengan persentase 39% tetapi pada bulan Juni data penjualan mengalami penurunan sebesar Rp. 300.845.000 dengan persentase 30%, Sehingga berdasarkan fenomena tersebut terkait dengan Toko Jaya Raya Cabang Pamaron Singaraja, maka dari itu penulis memutuskan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Lokasi, Pelayanan, dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron Singaraja”**.

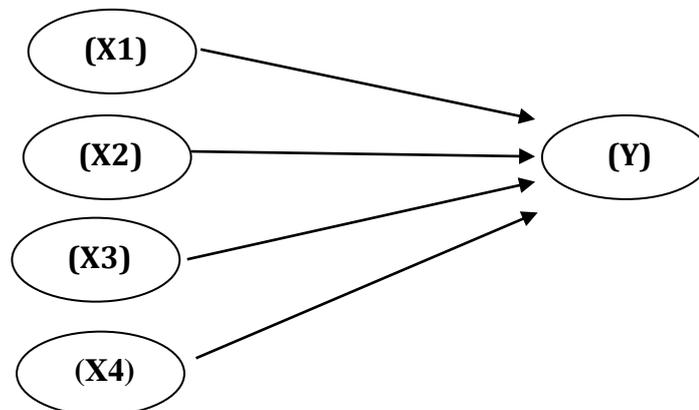
Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah masalah penelitian ini ditetapkan sebagai berikut :

1. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron?
4. Apakah Tata Letak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di Toko Jaya Raya Cabang Pamaron?

Kerangka Berpikir

Pengaruh Kelengkapan Produk, Lokasi Pelayanan dan Tata Letak terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron.



Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah:

1. Semakin lengkap Kelengkapan Produk maka semakin tinggi keputusan pembelian
2. Semakin Strategis Lokasi maka semakin tinggi keputusan pembelian
3. Semakin baik Pelayanan maka semakin tinggi keputusan pembelian
4. Semakin baik Tata Letak maka semakin tinggi keputusan pembelian

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang ditetapkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan produk terhadap Keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui pengaruh Tata Letak terhadap Keputusan pembelian

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Jaya Raya Cabang Pamaron yang beralamat di Jalan Ayani Seririt Singaraja Kec. Buleleng, Singaraja. Alasan dipilihnya lokasi ini sebagai tempat penelitian pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron adalah sebagai berikut:

1. Salah satu Toko terlengkap dan termurah yang ada di Buleleng yang dan sudah terkenal banyak masyarakat yang sudah tahu sehingga banyak konsumen yang sudah berlangganan
2. Produk atau barang yang di tawarkan berbeda dari Toko-toko lainnya
3. Harga dan Kualitas barang terjangkau sehingga sudah tidak asing lagi di telinga para konsumen.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Kualitatif

Data yang digunakan adalah seluruh informasi yang dikumpulkan dari lapangan yang dinyatakan dalam Dokumentasi baik dalam bentuk rekaman, video dan foto

2. Data Kuantitatif

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Suharto, 2016) Data Kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung dan diperoleh dari perhitungan kuesioner berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data Primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dicatat untuk pertama kalinya dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penyebaran angket, yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan seperangkat daftar pertanyaan untuk dijawab oleh para responden (Sugiyono, 2018).

2. Data Sekunder

Data Sekunder berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Suharto, 2016) Data Sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh penulis dari beberapa sumber yang

dinilai mempunyai relevansi dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/sumber yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan dari Toko Jaya Raya Cabang Pamaron berjumlah 1830 konsumen dalam 1 Tahun.

Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi sebagian wakil populasi yang diteliti menurut (Syafirah, 2017). Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Penelitian ini, digunakan rumus slovin untuk menghitung besarnya sampel yang akan ditarik. Berdasarkan jumlah sampel yang ditentukan, kemudian ditarik sejumlah responden dengan *accidental sampling*, yaitu siapa saja yang pernah dan sedang membeli produk atau barang di Toko Jaya Raya Cabang Pamaron dapat diambil sebagai responden penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,487 satuan atau sebesar 48,7%. Hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,431 > 1,986$) dengan signifikansi $0,017 < 0,050$. Ini menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya, semakin lengkap produk yang ditawarkan ke konsumen maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk memutuskan membeli berbagai produk yang ditawarkan pada toko tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Heni, 2018) yang menyatakan kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,539 satuan atau sebesar 53,9%. Hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,437 > 1,986$) dengan signifikansi $0.017 < 0,050$. Ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi merupakan program atau sarana penyaluran produk atau jasa melalui tempat yang tepat. Jadi, dengan adanya lokasi maka suatu produk dapat dijalankan dengan baik dan lebih dapat dituju atau dicari oleh pembeli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Henri, 2018) yang menyatakan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,612 satuan atau sebesar 61,2%. Hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,662 > 1,986$) dengan signifikansi $0.009 < 0,050$. Ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan ini dari tiga kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Hal ini sangat penting agar konsumen tidak mengurungkan niatnya ketika akan melakukan keputusan pembelian. Artinya, apabila tingkat pelayanan yang diberikan baik maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Atik (Siswoyo, 2017), yang menyatakan pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Tata Letak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,651 satuan atau sebesar 65,1%. Hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,701 > 1,986$) dengan signifikansi $0.008 < 0,050$. Ini menunjukkan bahwa tata letak berpengaruh positif signifikan terhadap

keputusan pembelian. Artinya, bahwa penentuan lokasi setiap produk yang tepat akan memudahkan para pelanggan untuk menemukan serta menjangkau suatu produk yang diinginkan dengan mudah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Sulistiorini, 2017), yang menyatakan store eksterior, general interior, store layout dan interior display secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di depan yaitu ingin mengetahui Pengaruh Kelengkapan produk, Lokasi, Pelayanan, dan Tata Letak dan indikator yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja serta memperhatikan hasil analisis pada Bab V, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kelengkapan produk, Lokasi, Pelayanan dan Tata Letak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa naik turunnya Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja ditentukan oleh semakin baik Kelengkapan Produk, Lokasi, Pelayanan dan Tata Letak maka semakin tinggi Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja yang diberikan oleh Konsumen. Kondisi ini diperkuat dengan perolehan koefisien korelasi berganda sebesar 0,448% menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja bahwa besarnya hubungan variabel lain yang mempengaruhi.

Sesuai dengan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka dapat diajukan saran agar Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja tetap mempertahankan Kelengkapan Produk, Lokasi, Pelayanan dan Tata Letak yang sudah dimiliki saat ini sehingga mampu meningkatkan partisipasi konsumen dalam berbelanja maupun meningkatkan jumlah pembelian di Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan standar operasional prosedur dan membuat standar operasional

manajemen serta peningkatan pengawasan kepada karyawan dalam rangka peningkatan kepercayaan kepada konsumen sehingga mampu meningkatkan rasa kepercayaan konsumen yang dimiliki saat ini.

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian diantaranya adalah Memperbanyak produk-produk atau barang-barang baru sehingga menarik perhatian konsumen, dan menghemat harga tetapi kualitas bagus.

Mediasi Produk Air Minum Kemasan (Studi Empiris Pada Pt. GLOZ Di Lampung Timur). *Jurnal Derivatif*, 10(1).

Sulistiorini. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Syafirah, dkk. (2017). *Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Purchaseintention Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250fi*.

DAFTAR RUJUKAN

Ananda, A. (2013). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro Universitas Negeri Semarang*.

Berman. (2017). *Pengaruh Tata Letak Toko Terhadap Loyalitas Konsumen*.

Heni, G. (2018). *Pengaruh Harga Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Mini Market Masita*.

Kotler. (2002). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penempatan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Manajemen and Bussiness*, 1(1).

Ma'ruf. (2006). *Pengaruh Lokasi dan Store Design Terhadap Keputusan Berbelanja. Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2).

Siswoyo, A. (2017). *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waralaba Alfamart BCL 2*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet Cv.

Suharto. (2012). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Among Makarti*. 9(17).

Suharto. (2016). *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai*