

Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah

Misna Renata Sibuea¹, Mhd. Shafwan Koto², Andrian Irsyan³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah, Sibolga, Indonesia.

✉ Corresponding author: misnasibuea724@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang ada pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dengan penyebaran kuesioner berjumlah 50 (lima puluh) responden. Hasil penelitian diketahui berdasarkan dari hasil uji t pada penelitian ini diketahui bahwa nilai t hitung Kelengkapan Produk sebesar $2.424 > t \text{ tabel } 2.01174$, dengan signifikan $0,019 < 0,05$ dan Kualitas Pelayanan sebesar $3.685 > t \text{ tabel } 2.01174$ dengan signifikan $0,001 < 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dapat diterima. Selanjutnya dari hasil uji F diketahui Nilai F hitung $34.509 > F \text{ tabel } 3,20$ dan signifikansi F hitung $0.001 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dapat diterima.

ARTICLE INFO

Received:

03 June 2026

Revised:

06 June 2026

Accepted:

06 June 2026

Published:

30 June 2026

Keywords:

- Kelengkapan Produk
- Kualitas Pelayanan
- Keputusan Pembelian
- Perilaku Konsumen
- Usaha Ritel

Journal of Economics, Finance, Accounting, and Organizational Advancement is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License



1. INTRODUCTION

Kelengkapan produk adalah menyediakan berbagai jenis produk yang dibutuhkan konsumen serta menyediakannya setiap saat di toko. Konsumen kini memiliki tuntutan yang lebih besar dan beragam dalam pemilihan suatu produk yang mereka beli. Produsen harus memberikan kualitas produk yang baik dengan memperhatikan kelengkapan produk yang ditawarkan. Ketersediaan produk yang bervariasi dengan berbagai macam merek yang disediakan dengan sistem berkelanjutan akan mempengaruhi dan menarik minat konsumen. Konsumen akan menilai apakah konsumen puas atau tidak puas terhadap ketersediaan produk yang diinginkan. Setelah menilai maka selanjutnya konsumen akan menentukan sikap mereka terhadap produk yang dibeli di toko tersebut.

Selain kelengkapan produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting

dalam setiap bisnis yang berinteraksi dengan konsumen. Kualitas pelayanan juga merupakan penilaian pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan berdasarkan pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka sebelumnya. Secara sederhana, kualitas pelayanan adalah seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh suatu toko yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Hal ini akan membangun persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka terima pada saat membutuhkan suatu produk yang di cari dalam suatu toko. Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting diperhatikan oleh pemilik toko karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Selain itu dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berulang-ulang di toko tersebut. Bentuk dari kualitas pelayanan dapat berupa fasilitas, informasi, akses, kemudahan, ketersediaan, waktu, maupun harga yang di dapat konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Dengan demikian keputusan pembelian merupakan perilaku yang terbentuk di dalam diri konsumen untuk menentukan produk yang akan di konsumsinya. Keputusan pembelian konsumen ini sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis suatu usaha. Konsumen yang merasa puas akan produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan.

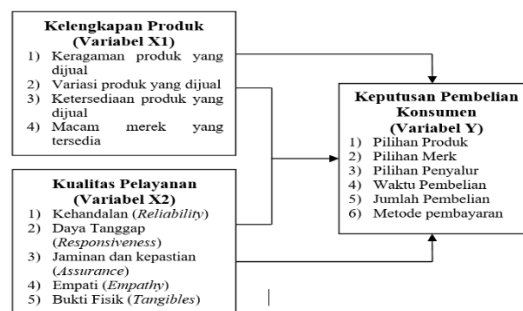
Begitu juga dengan UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah yang merupakan salah satu toko bangunan yang berada di Kabupaten Tapanuli Tengah adalah UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Toko ini mempunyai berbagai macam produk bangunan seperti kayu, besi, cat, semen, pasir dan lain sebagainya. UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek baik di bidang perdagangan. Bisnis yang memiliki peluang yang menjanjikan, terutama dengan terus adanya pembangunan baik itu yang dilakukan oleh pemerintah ataupun swasta dan juga di kalangan masyarakat Kabupaten Tapanuli Tengah.

Berdasarkan penelitian awal yang penulis lakukan diketahui bahwa Ketersediaan produk masih belum terlalu lengkap, masih ada produk-produk yang belum tersedia saat konsumen ingin melakukan pembelian, sehingga konsumen akan mencari ke toko bangunan lain jika produk tidak tersedia di UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Sedangkan jika dari Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan UD. Rubama kepada konsumen terlihat masih kurang baik. Hal ini terlihat dari pelayanan yang kurang cepat dan kurang tanggap saat karyawan melayani kepada konsumen yang belum begitu dikenal, namun jika konsumen yang telah dikenal oleh karyawan UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah maka akan mendapatkan pelayanan yang lebih cepat.

2. METHOD

a. Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran antara Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

b. Perumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:159) menyatakan bahwa hipotesis adalah “Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Menurut Kuncoro (2018:59) hipotesis adalah “Suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang akan terjadi atau telah terjadi”.

Berdasarkan rumusan masalah dan definisi diatas, maka hipotesis yang penulis ajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.
- 2) Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.
- 3) Terdapat Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan. Studi Lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan instrumen pertanyaan/ Pernyataan secara tertulis kepada responden yang harus dijawab oleh responden secara tertulis pula.

d. Variabel Penelitian

Variabel merupakan konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, dimana jenis variabel penelitian ada 2 yaitu variabel bebas (independent variabel) dan variabel terikat (dependent variable)

- 1) Variabel Bebas: Kelengkapan Produk (Variabel X_1), dan Kualitas Pelayanan (Variabel X_2) sebagai variabel bebas (independent variable) adalah yang diduga mempengaruhi variabel terikat (dependent variabel).
- 2) Variabel Terikat: Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y) sebagai variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang diduga dipengaruhi oleh variabel bebas (independent variable)

e. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017:184), definisi operasional variabel adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Ket
1.	Kelengkapan Produk (Variabel X_1)	Kelengkapan produk adalah berkaitan dengan kedalaman, lebar, kualitas produk yang disediakan ketersediaan produk ditoko. (Kurniawan & Krismonita, 2020:147)	1) Keragaman produk yang dijual 2) Variasi produk yang dijual 3) Ketersediaan produk yang dijual 4) Macam merek yang tersedia	Skala Likert
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan	1) Kehandalan (Reliability) 2) Daya Tanggap (Responsiveness)	Skala Likert

		dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono Fandy dalam Aini, 2019:13)	3) Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>) 4) Empati (<i>Empathy</i>) 5) Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	
3.	Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar benar membeli. Kotler dan Gary (2016:236)	1) Pilihan Produk 2) Pilihan Merk 3) Pilihan Penyalur 4) Waktu Pembelian 5) Jumlah Pembelian 6) Metode pembayaran	Skala Likert

Sumber: Kurniawan & Krismonita, (2020:147), Tjiptono Fandy dalam Aini, (2019:13) dan Kotler dan Gary (2016:236)

Sesuai dengan definisi operasional maka aspek-aspek yang terdapat dalam kuesioner adalah aspek Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan aspek Keputusan Pembelian. Jumlah pertanyaan sebanyak 30 item dengan lima pilihan yang diperinci sebagai berikut:

- 1) Untuk aspek Kelengkapan Produk sebanyak 10 item
- 2) Untuk aspek Kualitas Pelayanan sebanyak 10 item
- 3) Untuk aspek Keputusan Pembelian sebanyak 10 item

Pertanyaan yang terdapat dalam angket/kuisisioner diambil dengan dikembangkan dari indikator-indikator masing-masing variabel. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan yang masing-masing pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor nilai 1
- 2) Tidak Setuju (TS) diberi nilai skor 2
- 3) Kurang Setuju (KS) diberi skor nilai 3
- 4) Setuju (S) diberi skor nilai 4
- 5) Sangat Setuju (SS) diberi skor nilai 5

Untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data berdasarkan nilai tiap-tiap aspek, sesuai dengan pendapat Furchan (2016: 197) nilai yang diperoleh dapat ditentukan dengan menggunakan interval dengan rumus:

$$Interval = \frac{Jarak\ Pengukuran}{Jumlah\ nilai}$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan interval = 0,8 maka skala nilai yang digunakan adalah:

- 1) Skala nilai 4,20 s/d 5,00 digolongkan dengan kategori sangat baik.
- 2) Skala nilai 3,30 s/d 4,10 digolongkan dengan kategori baik.
- 3) Skala nilai 2,40 s/d 3,20 digolongkan dengan kategori cukup.
- 4) Skala nilai 1,50 s/d 2,30 digolongkan dengan kategori kurang baik
- 5) Skala nilai antara 0,60 s/d 1,40 digolongkan dengan kategori buruk

f. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis dengan metode diskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Software Statistical Package For Sosial

Sciences (SPSS) Versi 27 Windows dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagai berikut:

Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas, alat ukur yaitu kompleksitas tugas, tekanan ketaatan, pengetahuan auditor serta audit judgment. Jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan tidak andal Ghozali (2018:46).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik dapat menggunakan histogram dan p-p plot, sedangkan uji statistik dapat menggunakan kolmogorov-smirnov. Dimana data residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018:161).

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut homoskedastisitas dan bila berbeda disebut heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak terjadinya heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Adapun cara yang paling sering digunakan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yakni ZPRED dengan residualnya yakni SRESID. Deteksi tersebut dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y yakni Y yang telah diprediksi,

sedangkan sumbu X yakni residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized (Ghozali, 2018:137).

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018:107). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah 68 nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 . Jika nilai tolerance < 10 dan nilai $VIF > 0,1$ dan tolerance ≤ 1 maka tidak terjadi multikolinearitas. Namun, jika nilai tolerance > 10 dan nilai $VIF < 0,1$ tolerance ≥ 1 maka terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melihat garis linier antara pengaruh variabel X dengan variabel Y, digunakan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus dan dihitung dengan menggunakan Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 27 Windows, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel

X₁ = Variabel Kelengkapan Produk

X₂ = Variabel Kualitas Pelayanan

ε = error

Uji t (Uji Hipotesis)

Selanjutnya setelah diketahui nilai koefisien regresi antara variabel X dan variabel Y, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus uji t. Menurut Sugiyono (2017 : 250) rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$Df = 2$$

Keterangan :

r : Korelasi X dan Y yang ditemukan

n : Jumlah Sampel

t : t Hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t Tabel dengan taraf signifikan 0,05 uji dua pihak dan dk = n - 3

Dengan ketentuan:

H_a : Diterima, apabila t hitung $\geq$ t tabel, dan H₀ Ditolak.

H₀ : Diterima, apabila t hitung $\leq$ t tabel dan H_a Ditolak

Uji F (Uji Anova)

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan (confidence interval) 95 atau $\alpha = 5\%$. Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah sebagai berikut :

H_a : Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah

H₀ : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

Derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut diperlukan dalam menentukan nilai F, dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1$$

df (penyebut) = $n - k$

Keterangan:

n = Jumlah sampel dalam penelitian

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1. Results

a. Statistik Deskriptif

1) Deskriptif Responden

a) Karakteristik responden berdasarkan umur.

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 2 di bawah.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	20 - 30 Tahun	12 Orang	24 %
2	31 - 40 Tahun	13 Orang	26 %
3	41 - 50 Tahun	14 Orang	28 %
4	51 - 60 Tahun	11 Orang	22 %
J u m l a h		50 Orang	100 %

Sumber: Data Dokumentasi UD.Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, 2025

Pada tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berumur 41 s/d 50 tahun sebanyak 14 orang (28%), sedangkan responden yang paling sedikit pada umur 51-60 Tahun sebanyak 11 orang (22%).

b) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 di bawah.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	32 Orang	64 %
2	Perempuan	18 Orang	36 %
J u m l a h		50 Orang	100 %

Pada tabel 3 di atas dapat digambarkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang (64%) dan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 18 orang (36%).

c) Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.

Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel 4 di bawah.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	Pendidikan S.1	7 Orang	14 %
2	Pendidikan SLTA	27 Orang	54 %
3	Pendidikan SLTP	11 Orang	22 %
4	Pendidikan SD	5 Orang	10 %
J u m l a h		50 Orang	100 %

Pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak memiliki latar belakang pendidikan SLTA yakni sebanyak 27 orang (54%) dan paling sedikit S.D sebanyak 5 orang (10%).

2) Deskriptif Kuesioner Penelitian

a) Kelengkapan Produk (Variabel X_1)

Pada tabel 5 dan tabel 6 akan ditabulasikan data Kelengkapan Produk dari setiap item sebagai berikut:

Tabel 5. Data Hasil Jawaban Responden Tentang Kelengkapan Produk

No Resp	Item										Jlh	Rata- Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45	4,50
2	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	45	4,50
3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37	3,70
4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	29	2,90
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3,90
6	5	3	5	5	5	4	4	5	5	3	44	4,40
7	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43	4,30
8	4	3	3	5	4	5	3	4	4	3	38	3,80
9	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	35	3,50
10	2	2	3	4	2	4	2	3	2	2	26	2,60
11	4	3	5	5	4	5	5	5	4	3	43	4,30
12	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	3,80
13	2	3	4	2	4	3	3	2	2	3	28	2,80
14	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	41	4,10
15	4	3	4	5	3	3	5	5	4	3	39	3,90
16	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	26	2,60
17	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	41	4,10
18	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	47	4,70
19	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	40	4,00
20	5	2	4	4	2	4	3	2	5	2	33	3,30
21	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	3,80
22	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,60
23	3	3	3	5	4	5	4	5	3	3	38	3,80
24	5	4	3	2	2	2	3	3	5	4	33	3,30
25	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	3,10
26	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	46	4,60
27	2	3	4	4	3	2	4	3	2	3	30	3,00
28	3	5	3	4	3	3	3	4	3	5	36	3,60
29	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45	4,50
30	3	5	5	5	4	4	5	5	3	5	44	4,40
31	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39	3,90
32	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	34	3,40
33	3	5	3	3	3	3	3	5	3	5	36	3,60
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
35	5	5	4	3	4	3	3	5	5	5	42	4,20
36	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	40	4,00
37	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	42	4,20
38	3	5	5	4	5	4	3	4	3	5	41	4,10

No Resp	Item										Jlh	Rata- Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
39	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47	4,70
40	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	46	4,60
41	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	44	4,40
42	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	43	4,30
43	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	44	4,40
44	3	3	2	4	4	2	3	2	3	3	29	2,90
45	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43	4,30
46	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	37	3,70
47	2	4	2	2	3	2	2	4	2	4	27	2,70
48	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	4,20
49	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	44	4,40
50	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	30	3,00
Jlh	192	190	196	206	190	191	192	195	192	190	1.934	193,40

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Kelengkapan Produk dari setiap Item

No. Item	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata- rata
	SS		S		KS		TS		STS				
	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	
1	14	70	19	76	12	36	5	10	0	0	50	192	3,84
2	10	50	23	92	14	42	3	6	0	0	50	190	3,80
3	18	90	14	56	14	42	4	8	0	0	50	196	3,92
4	22	110	15	60	10	30	3	6	0	0	50	206	4,12
5	11	55	23	92	11	33	5	10	0	0	50	190	3,80
6	16	80	14	56	15	45	5	10	0	0	50	191	3,82
7	14	70	18	72	14	9	4	8	0	0	50	159	3,18
8	13	65	23	92	10	30	4	8	0	0	50	195	3,90
9	14	70	19	76	12	36	5	10	0	0	50	192	3,84
10	10	50	23	92	14	42	3	6	0	0	50	190	3,80
Jumlah													38,02
Rata-rata													3,80

F = Frekuensi Jawaban

Sc = Score (Frekuensi x nilai)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Kelengkapan Produk dari setiap item diatas, selanjutnya diinterpretasikan nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pertanyaan mengenai Kelengkapan Produk dari setiap item sebagai berikut:

- 1) Hasil survey tanggapan terhadap Produk yang dijual di UD. Rubama lengkap dan beragam, rata-rata mendapat nilai 3,84 termasuk dalam kategori baik.
- 2) Hasil survey tanggapan responden terhadap Produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tidak pernah kehabisan barang, rata-rata mendapat nilai 3,80 termasuk dalam kategori baik.

- 3) Hasil survey tanggapan responden Adanya kemasan yang berbeda untuk produk yang sejenis, rata-rata mendapat nilai 3,92 termasuk dalam kategori baik.
 - 4) Hasil survey tanggapan responden terhadap Dalam satu produk terdapat bermacam variasi yang dijual di UD. Rubama, rata-rata mendapat nilai 4,12 termasuk dalam kategori baik.
 - 5) Hasil survey tanggapan responden terhadap Variasi produk yang ditawarkan lebih banyak dibanding tempat lain, rata-rata mendapatkan nilai 3,80 termasuk dalam kategori baik.
 - 6) Hasil survey tanggapan responden terhadap Produk yang dijual di UD. Rubama selalu tersedia, rata-rata mendapat nilai 3,82 termasuk dalam kategori baik.
 - 7) Hasil survey tanggapan responden terhadap Berbagai macam produk di UD. Rubama selalu tersedia, tidak pernah kehabisan stock, rata-rata mendapat nilai 3,18 termasuk kategori baik.
 - 8) Hasil survey tanggapan responden terhadap UD. Rubama menyediakan produk local dan non lokal, rata-rata mendapat nilai 3,90 termasuk dalam kategori baik.
 - 9) Hasil survey tanggapan responden terhadap Berbagai macam pilihan merek dijual di UD. Rubama, rata-rata mendapat nilai 3,84 termasuk dalam kategori baik.
 - 10) Hasil survey tanggapan responden Satu jenis produk UD. Rubama mempunyai berbagai merk, rata-rata mendapat nilai 3,80 termasuk dalam kategori baik.
- Berdasarkan interpretasi nilai rata-rata diatas menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah sudah baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 3,80 termasuk dalam kategori baik.
- b) Kualitas Pelayanan (Variabel X2)
- Pada tabel 7 dan tabel 8 akan ditabulasikan data Kualitas Pelayanan dari setiap item sebagai berikut:

Tabel 7. Data Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan

No Resp	No. Item										Jlh	Rata- Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47	4,70
2	5	3	3	4	3	3	3	3	5	3	35	3,50
3	2	3	3	2	4	3	4	2	2	3	28	2,80
4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	33	3,30
5	2	2	3	4	2	4	2	3	2	2	26	2,60
6	3	5	3	4	5	4	5	5	3	5	42	4,20
7	3	5	5	4	5	4	3	4	3	5	41	4,10
8	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	35	3,50
9	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	3,80
10	5	4	3	2	2	2	3	3	5	4	33	3,30
11	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	46	4,60
12	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	3,10
13	2	3	4	4	3	2	4	3	2	3	30	3,00
14	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	40	4,00
15	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	3,80
16	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	34	3,40
17	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	39	3,90
18	3	5	5	5	4	4	5	5	3	5	44	4,40

No Resp	No. Item										Jlh	Rata- Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
20	3	5	3	3	3	3	3	5	3	5	36	3,60
21	3	5	3	4	3	3	3	4	3	5	36	3,60
22	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,60
23	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	42	4,20
24	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	37	3,70
25	3	3	2	4	4	2	3	2	3	3	29	2,90
26	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45	4,50
27	2	4	2	2	3	2	2	4	2	4	27	2,70
28	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	43	4,30
29	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	44	4,40
30	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47	4,70
31	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43	4,30
32	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37	3,70
33	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	30	3,00
34	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	4,20
35	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	44	4,40
36	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	44	4,40
37	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4,00
38	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45	4,50
39	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	45	4,50
40	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	46	4,60
41	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47	4,70
42	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47	4,70
43	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47	4,70
44	2	2	4	5	4	2	4	3	2	2	30	3,00
45	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	4,20
46	4	3	4	2	4	2	2	3	4	3	31	3,10
47	3	2	3	4	2	2	4	3	3	2	28	2,80
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4,10
49	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	45	4,50
50	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	4,20
Jlh	194	194	198	201	195	184	198	196	194	194	2.123	194,80

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Kualitas Pelayanan dari setiap Item

No. Item	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata- rata
	SS		S		KS		TS		STS				
	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	F	Sc	
1	16	80	17	68	12	36	5	10	0	0	50	194	3,88

No. Item	Frekuensi Jawaban										Jumlah		Rata- rata
	SS		S		KS		TS		STS				
2	11	55	25	100	11	33	3	6	0	0	50	194	3,88
3	19	95	14	56	13	39	4	8	0	0	50	198	3,96
4	18	90	19	76	9	27	4	8	0	0	50	201	4,02
5	13	65	23	92	10	30	4	8	0	0	50	195	3,90
6	11	55	19	76	13	39	7	14	0	0	50	184	3,68
7	17	85	18	72	11	9	4	8	0	0	50	174	3,48
8	14	70	21	84	12	36	3	6	0	0	50	196	3,92
9	16	80	17	68	12	36	5	10	0	0	50	194	3,88
10	11	55	25	100	11	33	3	6	0	0	50	194	3,88
Jumlah													38,48
Rata-rata													3,85

F = Frekuensi Jawaban

Sc = Score (Frekuensi x nilai)

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan Distribusi Frekuensi Jawaban dan Nilai Kualitas Pelayanan dari setiap item diatas, selanjutnya diinterpretasikan nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan dari setiap item sebagai berikut:

- 1) Hasil survey tanggapan responden terhadap Pelayanan terhadap kebutuhan konsumen cepat ditangani, rata-rata mendapat nilai 3,88 termasuk dalam kategori baik.
- 2) Hasil survey tanggapan responden terhadap Pelayanan sungguh-sungguh melayani konsumen dan merasa puas, rata-rata mendapat nilai 3,88 termasuk dalam kategori baik.
- 3) Hasil survey tanggapan responden terhadap Karyawan UD. Rubama cepat tanggap Memberikan pelayanan terhadap konsumen, rata-rata mendapat nilai 3,96 termasuk dalam kategori baik.
- 4) Hasil survey tanggapan responden terhadap Karyawan UD. Rubama mempunyai kemampuan dalam membantu/memuaskan keinginan konsumen, rata-rata mendapat nilai 4,02 termasuk dalam kategori baik.
- 5) Hasil survey tanggapan responden terhadap dalam berinteraksi kepada konsumen, karyawan bersikap sopan dan adil, tersedia di tempat saya bekerja, rata-rata mendapatkan nilai 3,90 termasuk dalam kategori baik.
- 6) Hasil survey tanggapan responden terhadap Karyawan UD. Rubama Mempunyai pengetahuan kemampuan yang memuaskan terkait dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen, rata-rata mendapat nilai 3,68 termasuk dalam kategori baik.
- 7) Hasil survey tanggapan responden terhadap Memberikan perhatian personal lebih kepada konsumen, rata-rata mendapat nilai 3,48 termasuk kategori baik.
- 8) Hasil survey tanggapan responden terhadap Karyawan Karyawan UD. Rubama memahami masalah yang terjadi pada konsumen, rata-rata mendapat nilai 3,92 termasuk dalam kategori baik.
- 9) Hasil survey tanggapan responden terhadap Karyawan UD. Rubama Mempunyai perlengkapan dan peralatan bangunan yang memadai, rata-rata mendapat nilai 3,88 termasuk dalam kategori baik.
- 10) Hasil survey tanggapan responden terhadap Bangunan dan interior Karyawan UD. Rubama nyaman menarik sehingga konsumen betah berada diruangan, rata-rata mendapat nilai 3,88 termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan interpretasi nilai rata-rata diatas menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah sudah baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 3,85 termasuk dalam kategori baik.

b. Uji Instrumen Penelitian**Uji Validasi Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.**

Adapun hasil uji validitas variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

No Item	R _{hitung}	R _{kritis}	Kesimpulan
Variabel X1 (Kelengkapan Produk)			
Item 1	.684	0,30	Valid
Item 2	.403	0,30	Valid
Item 3	.536	0,30	Valid
Item 4	.495	0,30	Valid
Item 5	.587	0,30	Valid
Item 6	.563	0,30	Valid
Item 7	.649	0,30	Valid
Item 8	.485	0,30	Valid
Item 9	.684	0,30	Valid
Item 10	.403	0,30	Valid
Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)			
Item 1	.707	0,30	Valid
Item 2	.523	0,30	Valid
Item 3	.571	0,30	Valid
Item 4	.460	0,30	Valid
Item 5	.602	0,30	Valid
Item 6	.612	0,30	Valid
Item 7	.638	0,30	Valid
Item 8	.647	0,30	Valid
Item 9	.707	0,30	Valid
Item 10	.523	0,30	Valid
Variabel Y (Keputusan Pembelian)			
Item 1	.809	0,30	Valid
Item 2	.668	0,30	Valid
Item 3	.666	0,30	Valid
Item 4	.576	0,30	Valid
Item 5	.514	0,30	Valid
Item 6	.705	0,30	Valid
Item 7	.620	0,30	Valid
Item 8	.744	0,30	Valid
Item 9	.809	0,30	Valid
Item 10	.668	0,30	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel penelitian baik itu variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen menunjukkan angka lebih besar dari 0,30. Dengan demikian keseluruhan butir pernyataan variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen diatas, dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen.

Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kelengkapan Produk	0,850	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,876	Reliabel
3	Keputusan Pembelian Konsumen	0,911	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji coba uji reliabilitas instrumen penelitian pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing item pada masing-masing variabel > 0,60 dan dinyatakan reliabel.

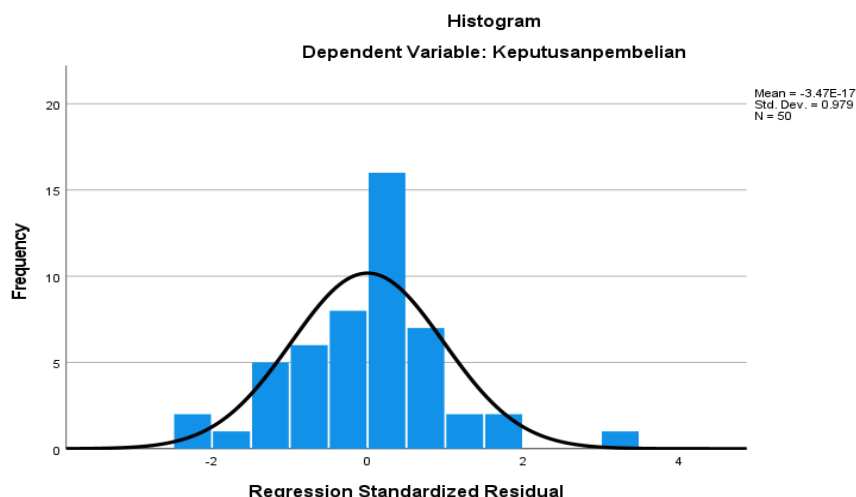
c. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dengan menggunakan pendekatan grafik dan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

1) Analisis grafik.

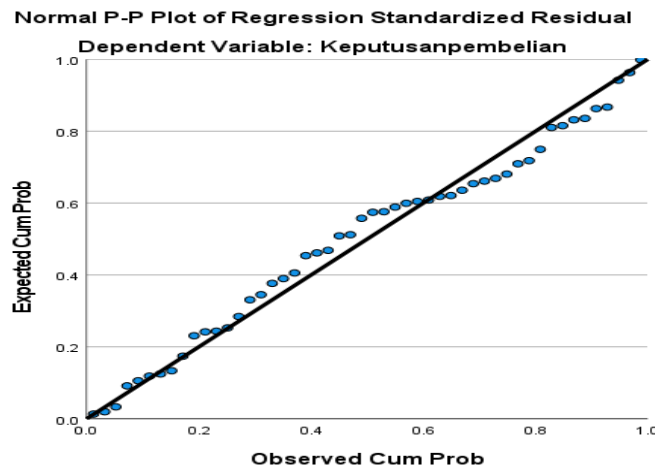
Hasil pengujian normalitas dapat dilihat sebagaimana pada gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Grafik Histogram Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penititan, 2025 (Data Diolah)

Pada gambar 2 di atas terlihat variabel berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan oleh distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan. Hasil dari analisis grafik *P-Plot* uji normalitas adalah dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Pada gambar 3 *P-P plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

2) Analisis Statistik.

Salah satu uji statistik untuk menguji normalitas adalah uji statistik kolmogorov Smirnov (K-S). Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis: Jika probabilitas (Asymp. Sig) dibawah 0,05 dan nilai KS Z diatas nilai Z untuk 0,05 sebesar 1,97 maka H_0 ditolak artinya data residual tidak berdistribusi normal, jika probabilitas diatas 0,05 dan nilai KS Z dibawah nilai Z untuk 0,05 yang sebesar 1,97 berarti data residual berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 11 di bawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.37331269
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.078
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.604
	99% Confidence Interval Lower Bound	.592
	Upper Bound	.617

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

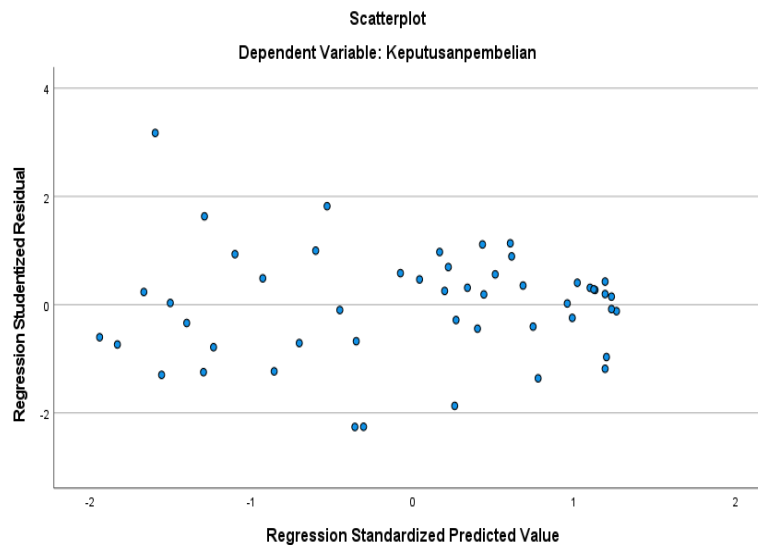
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Asymp. Sig sebesar 0,200 > probabilitas 0,05 dan nilai Z Kolmogorov Smirnov sebesar 0,079 < dari nilai Z untuk sig 5 % yaitu 1,97 yang berarti kedua data variabel tersebut berdistribusi normal.

d. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedasitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedasitas.



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedasitas
Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan gambar 4 di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

e. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineartitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu Variance Inflation Faktor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena VIF sama dengan $1/\text{tolerance}$. Syarat pengambilan keputusan dengan nilai tolerance dan VIF adalah sebagai berikut.

- 1) Jika nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10 artinya tidak terjadi Multikolineartias
- 2) Jika nilai tolerance < 0,10 atau nilai VIF > 10 artinya terjadi multikolinearitas.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Motivasi	.470	2.126
	Budaya Organisasi	.470	2.126

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 12 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance untuk masing-masing variabel (Kelengkapan Produk sebesar 0,470 dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,470). Nilai VIF untuk tiap variabel tersebut adalah tersebut adalah 1,126 dan 1,126. Berdasarkan hasil di atas, perhitungan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolineritas pada seluruh variabel dalam model regresi tersebut.

f. Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada kolerasi antara Kelengkapan Produk (variabel X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y), maka nilai-nilai dari tabel tersebut diatas dapat dimasukkan ke dalam Program SPSS V27, dengan hasil sebagaimana pada tabel 13 di bawah ini:

Tabel 13. Output Koefisien korelasi

		Kelengkapanp roduk	Kualitas elayanan	Keputusan pembelian
Kelengkapanproduk	Pearson Correlation	1	.728**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
Kualitaspelayanan	Pearson Correlation	.728**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
Keputusanpembelian	Pearson Correlation	.691**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 13 di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,691 dan hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,738. Untuk mengetahui tinggi rendahnya koefisien korelasi, maka dapat digunakan pedoman dari pendapat Sugiyono, (2012:250) menyatakan sebagai berikut:

- 1) 0,00 s/d 0,19 = Korelasi sangat rendah
- 2) 0,20 s/d 0,30 = Korelasi rendah
- 3) 0,40 s/d 0,59 = Korelasi sedang
- 4) 0,60 s/d 0,79 = Korelasi kuat
- 5) 0,80 s/d 1,00 = Korelasi sangat kuat

Sebagaimana pendapat Sugiyono, (2012:250) tersebut diatas, maka koefisien kolerasi yang ditemukan antara Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,691 termasuk kategori kuat, sedangkan korelasi Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,738 termasuk kategori kuat. Jadi terdapat hubungan yang kuat masing-masing antara Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

g. Analisis Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dapat dilihat pada tabel 14 di bawah ini:

Tabel 14. Output Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.578	4.46539

a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayanan, Kelengkapanproduk

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 14 di atas pada kolom *R Square* dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi adalah sebesar 0,595 atau 59,5%, angka tersebut menjelaskan bahwa 59,5% variasi dari Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dapat diterangkan dengan variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama, sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Atau dengan kata lain Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 59,5% dipengaruhi faktor Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis pada penelitian ini seperti Kualitas Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Brand Image dan lain sebagainya.

h. Regresi Linier Berganda

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 , X_2 dan Y , dilakukan dengan perhitungan regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 15 di bawah ini:

Tabel 15. Output Koefisien Regresi dan Uji T (Uji Hipotesis)

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.353	4.357		.999	.323		
Kelengkapan produk	.374	.154	.328	2.424	.019	.470	2.126
Kualitas pelayanan	.539	.146	.499	3.685	.001	.470	2.126

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.21 diatas, diperoleh persamaan regresi $Y = 4,353 + 0,374X_1 + 0,539X_2$, hal ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta regresi sebesar 4,353 menunjukkan bahwa pada Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, dengan kondisi konstan atau $X = 0$, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 4,353.
- 2) Kelengkapan Produk (Variabel X_1) koefisien regresinya sebesar 0,374 mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y). Artinya apabila semakin naik Kelengkapan Produk (Variabel X_1) dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.
- 3) Kualitas Pelayanan (Variabel X_2) koefisien regresinya sebesar 0,539 mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y). Artinya apabila semakin naik Kualitas Pelayanan (Variabel X_2) dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

i. Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Dalam Uji T (Uji Parsial) dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara individu atau parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, sehingga hasilnya dapat dilihat pada tabel 16. Berdasarkan tabel 16 di atas, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara individu atau parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dan hasilnya adalah sebagai berikut:

1) Variabel Kelengkapan Produk

Dari pengujian secara konvensional ditemukan bahwa pada taraf kesalahan $\alpha = 0,025$ (uji dua sisi) dengan $df = 47$ ($50-2-1$) diketahui t tabel = 2.01174 dan t hitung = 2.424. Karena t hitung > t tabel, maka dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

Dari pengujian secara SPSS yaitu dengan melihat probabilitas signifikansinya (P -value) = 0,019 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

2) Variabel Kualitas Pelayanan

Dari pengujian secara konvensional ditemukan bahwa pada taraf kesalahan $\alpha = 0,025$ (uji dua sisi) dengan $df = 47$ ($50-2-1$) diketahui t tabel = 2.01174 dan t hitung = 3.685. Karena t hitung > t tabel, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

Dari hasil pengujian secara SPSS yaitu dengan melihat probabilitas signifikansinya (P -value) = 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

Uji F (Uji Anova)

Dalam Uji F (Uji Anova) dilakukan untuk mengetahui ataupun menjelaskan apakah Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama atau simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, sehingga hasilnya dapat dilihat pada tabel 16 di bawah ini:

Tabel 16. Hasil Uji F (Uji Anova)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1376.213	2	688.106	34.509	.000 ^b
	Residual	937.167	47	19.940		
	Total	2313.380	49			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kelengkapan produk

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 16 di atas, maka dapat dijelaskan pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama atau simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Dari hasil pengujian secara konvensional pada taraf nyata = 0,05 dengan df numetor = 2 dan df denominator = 47 (diperoleh dari hasil df , $(n-k-1) = (50-2-1) = 47$ diketahui F tabel = 3.20 dan F hitung = 34.509. Karena F hitung > F Tabel, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

Dari hasil pengujian secara SPSS yaitu dengan melihat probabilitas signifikansinya (P -value) = 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah.

3.2. Discussion**Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan uji t yang dilakukan memberikan hasil bahwa nilai t hitung > t tabel ($2.424 > 2.01174$) dengan tingkat signifikan 0,019 lebih kecil dari 0,05 maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Kelengkapan Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulastri, dan Yusrianto Sholeh. 2024 dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis. Namun hasil penelitian yang penulis lakukan tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Melisa, dan Muhammad Nur Fietroh. 2021. dengan judul penelitian Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kids and Baby Shop Roberto Sumbawa. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kids and Baby Shop Roberto Sumbawa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan uji t yang dilakukan memberikan hasil bahwa nilai t hitung > t tabel ($3.685 > 2.00856$) dengan tingkat signifikan 0,001 atau lebih kecil dari 0,05, maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulastri, dan Yusrianto Sholeh. 2024 dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis. Kemudian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Melisa, dan Muhammad Nur Fietroh. 2021. dengan judul penelitian Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kids and Baby Shop Roberto Sumbawa. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kids and Baby Shop Roberto Sumbawa

Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama atau simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Dengan uji F yang dilakukan memberikan hasil bahwa nilai F hitung > F tabel ($34.509 > 3.20$) dengan tingkat signifikan 0,001 atau lebih kecil dari 0,05, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulastri, dan Yusrianto Sholeh. 2024 dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kelengkapan produk

dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko SRC Tiga Berlian Banyubunih Kec. Galis.

5. CONCLUSION

Hasil pengujian instrumen yang dilakukan menunjukkan nilai corrected item total correlation diatas nilai r kritis 0,30, yang berarti semua butir pertanyaan kedua variabel tersebut dinyatakan valid sehingga memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha yang diperoleh diatas 0,6, sehingga semua alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat yang diandalkan. Hasil pengujian normalitas dengan histogram yang berbentuk lonceng dan grafik normal PP Plot standarized residual menunjukkan bahwa semua titik residual data Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsumen pada scatter plot mengikuti data disepanjang garis diagonal, serta uji statistik Kolmogorov Smirnov dimana nilai Z yang diperoleh 0,200 lebih kecil dari nilai Z untuk Signifikansi 5 % yaitu 1,97 dan nilai probabilitas $0,079 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan kedua data variabel berdistribusi normal. Berdasarkan koefisien kolerasi diperoleh hasil terdapat hubungan antara Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,691 dan hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,738, maka koefisien kolerasi yang ditemukan antara Kelengkapan Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,691 termasuk kategori kuat, sedangkan korelasi Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,738 juga dikategorikan kuat. Jadi terdapat hubungan yang kuat dan positif masing-masing antara Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Persamaan regresi yang diperoleh $Y = 4,353 + 0,374X_1 + 0,539X_2$, Nilai konstanta regresi sebesar 4,353 menunjukkan bahwa pada Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dengan kondisi konstan atau $X = 0$, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah sebesar 4,353. Kelengkapan Produk (Variabel X_1) koefisien regresinya sebesar 0,374 mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y). Artinya apabila semakin naik Kelengkapan Produk (Variabel X_1) dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, selanjutnya Kualitas Pelayanan (Variabel X_2) koefisien regresinya sebesar 0,539 mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y). Artinya apabila semakin naik Kualitas Pelayanan (Variabel X_2) dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah dan sebagaimana hal tersebut diatas mengindikasikan bahwa hubungan ini adalah hubungan yang linear. Berdasarkan analisis Koefisien Determinasi yang diperoleh sebesar 0,595 hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y) 59,5 % ditentukan oleh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara serempak dan sisanya sebesar 40,5 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti Kualitas Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Brand Image dan lain sebagainya. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian ini yang membuktikan bahwa variabel Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t tabel = 2.01174 dan t hitung = 2.424. Karena t hitung $> t$ tabel dengan signifikan $0,019 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Kelengkapan Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, terbukti dan dapat diterima. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian ini yang membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t tabel = 2.01174 dan t hitung = 3.685. Karena t hitung $> t$ tabel dengan signifikan $0,001 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Kualitas

Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, terbukti dan dapat diterima. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian ini yang membuktikan bahwa variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil ini dapat dilihat dari nilai $F_{tabel} = 3.20$ dan $F_{hitung} = 34.509$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikan $0,001 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Rubama Kabupaten Tapanuli Tengah, terbukti dan dapat diterima.

7. REFERENCES

- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Aini Rosiatul. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Go-Food Di Kota Mataram. Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Arikunto, S. 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Furchan. A. 2016. Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: UnpamPress.
- Korowa, Enos. Dkk. 2018. Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). Jurnal Administrasi Bisnis ISSN : 2338 - 9605 Vol. 6 No. 3 Tahun 2018.
- Kuncoro, Mudrajad. 2018. Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi Riser untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Kelima. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKN: Yogyakarta.
- Kurniawan, A. 2020. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0). Bandung: Alfabeta.
- Listyawati, I. 2017. Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. JBMA, IV, 2.
- Machfoedz, Mahmud. 2017. Komunikasi Pemasaran Modern. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Melisa, Muhammad Nur Fietroh. 2021. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kids and Baby Shop Roberto Sumbawa. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 4, Nomor 2, [Oktober] [2021]
- Rusdiana A. 2015. Kewirausahaan Teori dan Praktek. Cetakan ke 1. CV. Pustaka Setia: Bandung
- Schiffman dan Kanuk. 2016. Perilaku Konsumen. PT. indeks : Jakarta
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. 2016. Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- , 2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. 2015. Pemasaran Strategik, Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan (Ke-1). Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sulastri, dan Yusrianto Sholeh. 2024. Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko SRC Tiga Berlian Banyuwani Kec. Galis. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi), Vol.8 No.2. 2024
- Syukron, A. 2015. Pengantar Manajemen Industri. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. 2017. Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing. Edisi III. Yogyakarta: CV. ANDI.