

The Influence Of Product Completeness And Product Quality On Purchasing Decisions At Toko Kusen Beton Semoga Jaya

Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya

Nabila Ayu Pramesti ^{1)*}; Suci Putri Lestari ²⁾; Dudu Risana ³⁾

^{1,2,3)} Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾ ayunabila288@gmail.com, ²⁾ suciputri@unper.ac.id, ³⁾ dudu.risana2017@gmail.com

How to Cite :

Pramesti, A, N., Lestari, P, S., Risana, D. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya. JURNAL EMBA, 1 (2). DOI: <https://doi.org/10.37676/emba>

ARTICLE HISTORY

Received [4 September 2024]

Revised [3 Oktober 2024]

Accepted [4 Oktober 2024]

KEYWORDS

Product Completeness,
Product Quality, Purchasing
Decisions.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan sampel konsumen dengan jumlah 100 responden. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Secara simultan kelengkapan produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya. Secara parsial kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product completeness and product quality on purchasing decisions at Toko Kusen Beton Semoga Jaya. The research method used is the survey method, with a sample of consumers with a total of 100 respondents. The data analysis tool used is multiple linear regression using SPSS version 25. Simultaneously product completeness and product quality have a significant effect on purchasing decisions at Toko Kusen Beton Semoga Jaya. Partially product completeness does not have a significant influence on purchasing decisions. Partially product quality has a significant influence on purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Saat ini perubahan teknologi sudah semakin cepat, sehingga kini mulai menggunakan teknologi dalam semua kegiatan. Sama halnya pada kebutuhan dalam membangun rumah, zaman dulu membuat rumah menggunakan bahan kayu, namun saat ini sudah berbeda walaupun kayu juga masih digunakan. Menurut data dari Kementerian PUPR lebih dari 60% proyek pembangunan di

Indonesia menggunakan beton. Mulai dari pembangunan yang paling sederhana sampai proyek dengan teknologi rumit, beton menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Selain itu juga komponen dalam membangun rumah yaitu kusen sekarang juga sudah ada yang menggunakan bahan beton. Sekarang sudah banyak masyarakat yang beralih dari kusen kayu menjadi kusen beton karena kusen beton memiliki kelebihan salah satunya adalah lebih awet tidak mudah keropos seperti menggunakan kusen kayu. Tingginya minat masyarakat menggunakan bahan beton dalam proyek pembangunan maka para pelaku usaha berlomba-lomba untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Maka untuk dapat menarik konsumen dengan menawarkan kelengkapan produk yang beragam dan kualitas produk yang sesuai dengan diharapkan konsumen. Dengan adanya itu dapat menjadi faktor pendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kelengkapan produk yang ditawarkan juga sangat mempengaruhi minat beli pelanggan menurut (Lianardi & Chandra, 2019:57). Lengkapnya produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin lengkap produk yang ditawarkan juga dapat membuat konsumen tidak perlu mencari produk di toko lainnya, maka dengan kelengkapan produk yang ditawarkan konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian. Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian sebab konsumen sebelum melakukan transaksi akan mempertimbangkan kualitas dari produk yang akan dibeli. Maka dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen sangat mempengaruhi kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli. Dalam hal itu penulis akan melakukan penelitian pada sebuah Toko Kusen Beton Semoga Jaya merupakan toko yang menyediakan kusen beton untuk kebutuhan konstruksi bangunan, bukan hanya kusen beton saja toko ini juga menyediakan variasi hiasan untuk rumah. Toko ini yang berlokasi di Jl. Letjen Mashudi samping Pangkalan TNI AU Wiriadinata, Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Berikut data penjualan Toko Kusen Beton Semoga Jaya dalam bulan Januari sampai Oktober 2023.

Tabel 1 Data Penjualan Toko Kusen Beton Semoga Jaya

BULAN	NILAI RUPIAH
JANUARI	181.649.000
FEBRUARI	188.178.500
MARET	170.390.500
APRIL	161.674.500
MEI	240.331.500
JUNI	199.580.000
JULI	236.067.000
AGUSTUS	175.913.500
SEPTEMBER	189.792.000
OKTOBER	151.819.500

Sumber data primer 2024

Dari tabel diatas data penjualan dapat dilihat bahwa Toko Kusen Beton Semoga Jaya mengalami penurunan hal ini mengindikasikan adanya penurunan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Maka dari itu diperlukan strategi yang tepat agar dapat menarik konsumen untuk melakukan transaksi. Agar terjadinya keputusan pembelian Toko Kusen Beton Semoga Jaya harus memperhatikan beberapa aspek diantaranya kelengkapan produk dan kualitas produk sehingga dapat terjadinya keputusan pembelian. Toko Kusen Beton Semoga Jaya memiliki kelengkapan produk yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Produk yang disediakan berupa kusen beton yang terdiri dari pintu, jendela, loster, tihang, dan lain-lain. Selain itu juga konsumen dapat membuat costume barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Adanya hal ini membantu konsumen membeli atau mencari produk dalam satu tempat sehingga

konsumen dapat memilih produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Tetapi Toko Kusen Beton Semoga Jaya tetap berusaha menjaga kualitas produk yang akan diberikan kepada konsumen seperti menggunakan bahan yang berkualitas, daya tahan dari produk yang kuat dan tahan lama maka konsumen akan tertarik untuk membelinya. Sebaliknya, jika kualitas produk buruk seperti menggunakan bahan yang kurang bagus sehingga membuat daya tahan produk yang mudah rusak, maka membuat konsumen enggan untuk membeli. Hal ini dapat menjadi faktor pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

LANDASAN TEORI

Kelengkapan Produk

Menurut Karmila dkk (2023:257) kelengkapan produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko ataupun perusahaan. Menurut Suhardi dkk (2020:18) Kelengkapan produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merk, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Menurut (Lianardi & Chandra, 2019:48) Kelengkapan produk merupakan semua jenis produk yang dihasilkan oleh produsen kemudian ditawarkan kepada konsumen untuk digunakan dan dimiliki untuk memenuhi kebutuhan atau mendapat manfaat tertentu. Dari definisi di atas dapat disimpulkan kelengkapan produk merupakan sebuah kondisi dimana perusahaan memiliki produk yang ketersediaan barang dengan berbagai jenis yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Adanya kelengkapan produk dengan ini dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Karena dapat membeli produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan dalam satu tempat sehingga dapat mengefisien waktu.

Kualitas Produk

Menurut Suparno dan Hermiati (2021:37) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Eldiansyah dan Suwarni (2023:131) kualitas produk didefinisikan sebagai kapasitas suatu produk untuk mengeksekusi kemampuannya. Sedangkan menurut Ajjah dkk (2023:46) kualitas produk adalah suatu totalitas yang mencakup karakteristik dan sifat-sifat produk atau jasa yang mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut serta berapa lama kepercayaan tersebut dapat bertahan. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik suatu produk yang memiliki kemampuan untuk memberikan manfaat kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

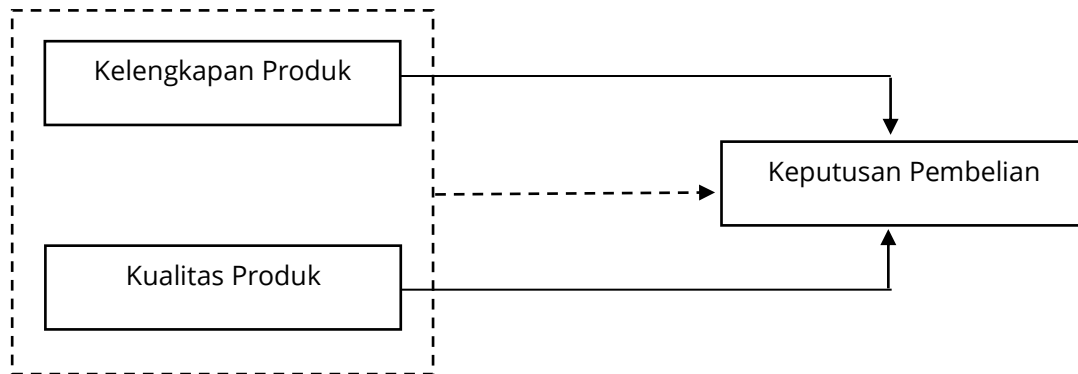
Keputusan Pembelian

Menurut Indrasari (2019:70) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan suatu pembelian produk Fajrin dan Harahap (2022:1327). Menurut Kotler dan Amstrong (2016), mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Tjiptono (2014:8) "Pengertian keputusan pembelian adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan". Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya (Boediono dkk 2018:93). Kotler dan Keller (2016:194), keputusan pembelian ialah segmen dari tingkah laku pelanggan ialah pembelajaran mengenai bagaimana seseorang, sekelompok orang serta perusahaan melakukan pemilihan, pembelian, memakai serta

bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman bisa membuat puas keinginan serta keperluan konsumen. Dengan begitu keputusan pembelian adalah suatu proses pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengambil keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan pada gambar sebagai berikut ;

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Metode

Dalam melakukan penelitian, untuk mencapai suatu tujuan tidak terlepas dari menggunakan metode. Metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2013:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden akan menjawab dengan memberi tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar dan sesuai kondisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Dari uji validitas mengenai Kelengkapan Produk (X1) berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS versi 25 di peroleh hasil r tabel sebesar 0,1654 dengan hasil r hitung $>$ r tabel. Sehingga uji validitas Kelengkapan Produk terpenuhi. Dari uji validitas mengenai Kualitas Produk (X2) berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS versi 25 di peroleh hasil r tabel sebesar 0,1654 dengan hasil r hitung $>$ r tabel. Sehingga uji validitas Kualitas Produk terpenuhi. Dari uji validitas mengenai Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS versi 25 di peroleh hasil r tabel sebesar 0,1654 dengan hasil r hitung $>$ r tabel. Sehingga uji validitas Keputusan Pembelian terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas variabel Kelengkapan Produk angka yang diperoleh hasil cronbanch alpha $>$ 0,6. Sehingga uji reliabilitas terpenuhi. Dari hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk angka yang diperoleh hasil cronbanch alpha $>$ 0,6. Sehingga uji reliabilitas terpenuhi. Dari hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian angka yang diperoleh hasil cronbanch alpha $>$ 0,6. Sehingga uji reliabilitas terpenuhi.

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02907808
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.071
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil yang di dapat dari pengolahan SPSS versi 25 memperlihatkan data yang diperoleh berada menyebar disekitar diagram dan mengikuti model regresi, selain itu dilihat dari nilai asmply.sig 0,200 > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

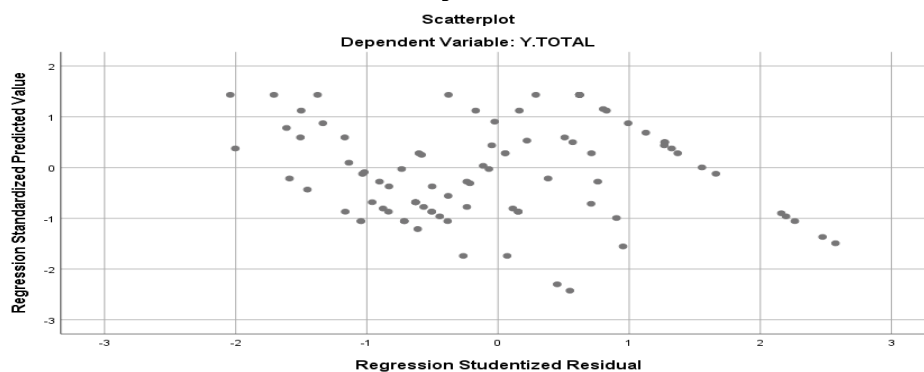
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.128	3.197		4.732	.000		
	X1.TOTAL	.186	.105	.187	1.770	.080	.643	1.555
	X2.TOTAL	.311	.079	.418	3.956	.000	.643	1.555

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Hasil pengujian Spss versi 25 mendapatkan hasil pada kolom tolerance menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk (0,643 > 0,10) dan Kualitas Produk (0,643 > 0,10) selain itu pada kolom VIF Kelengkapan Produk (1,555 < 10) dan Kualitas Produk (1.555 < 10). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas produk tidak terjadi multikolinearitas sehingga uji multikolinearitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar scatterplot dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.551 ^a	.303	.289	3.060	1.842

a. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X1.TOTAL

b. Dependent Variable: Y.TOTAL

Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson berdasarkan $DU < DW < 4-DU$. Nilai DU dicari pada distribusi nilai tabel Durbin-Watson berdasarkan k (2) dan N (100) dengan signifikansi 5%. Terdapat nilai $DU (1,7152) < DW (1,842) < 4-DU (2,284)$ berdasarkan nilai DW yang berada diantara nilai DU dan 4-DU maka artinya tidak terjadi autokorelasi.

Pembahasan

Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	15.128	3.197		4.732	.000	8.783	21.473
	X1_TOTAL	.186	.105	.187	1.770	.080	-.023	.395
	X2_TOTAL	.311	.079	.418	3.956	.000	.155	.467

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Berdasarkan output SPSS versi 25, diperoleh persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut :

$$Y = 15,128 + 0,186 X1 + 0,311 X2 + e$$

Interpretasi :

- Konstanta sebesar 15,128 menunjukkan bahwa tidak terjadi peningkatan dalam variabel Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian sebesar 15,128.
- Koefisien regresi Kelengkapan Produk (X1) sebesar 0,186 artinya setiap kenaikan 1 satuan Kelengkapan Produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,186 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan Kelengkapan Produk akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,186 satuan dengan asumsi Kualitas Produk (X2) tetap.
- Koefisien Kualitas Produk (X2) sebesar 0,311 artinya setiap kenaikan 1 satuan Kualitas Produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,311 satuan. Sebaliknya setiap penurunan 1 satuan Kualitas Produk akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,311 satuan dengan asumsi Kelengkapan Produk (X1) tetap.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.551 ^a	.303	.289	3.060	.303	21.109	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), X2_TOTAL, X1_TOTAL

Berdasarkan hasil SPSS diketahui bahwa nilai koefisien korelasi diperoleh nilai sebesar 0,551 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel Kelengkapan Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang sedang.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya, dapat menggunakan koefisien determinasi (square / r^2) atau menggunakan rumus $Kd = r^2 \times 100\%$. Dapat dilihat dari output SPSS pada Tabel model summary diperoleh angka R square sebesar 0,303. Dari perhitungan di dapat R square 0,303 atau 30,3%. Artinya kelengkapan produk dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	395.354	2	197.677	21.109	.000 ^b
	Residual	908.356	97	9.364		
	Total	1303.710	99			

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

b. Predictors: (Constant), X2_TOTAL, X1_TOTAL

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya secara simultan dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 25 pada Tabel ANOVA diketahui nilai sig (.000^b) < alpha (α) (0,05). Berdasarkan hasil perhitungan maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Diterima hipotesis alternative (H_a) menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh yang signifikan pada kelengkapan produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya.

Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 8 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	15.128	3.197		4.732	.000	8.783	21.473
	X1_TOTAL	.186	.105	.187	1.770	.080	-.023	.395
	X2_TOTAL	.311	.079	.418	3.956	.000	.155	.467

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari nilai sig. Hasil perhitungan kelengkapan produk mempunyai nilai sebesar 0,080 > sig α 0,05. Dengan demikian H_a ditolak dan H_0 diterima, maka dapat disimpulkan kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya kelengkapan produk memiliki peran dalam mempengaruhi keputusan pembelian akan tetapi pengaruh variabel kelengkapan produk ini tidak terlalu signifikan.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian dilihat dari nilai sig. Hasil perhitungan kualitas produk mempunyai nilai sebesar 0,000 < sig α 0,05. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan

kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas produk sangat membantu tercapainya Keputusan pembelian produk Toko Kusen Beton Semoga Jaya. Dari hasil penelitian maka Perusahaan tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar memberikan peningkatan positif terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kelengkapan produk yang diberikan Toko Kusen Beton Semoga Jaya berada pada kategori sangat baik, hal ini berarti kelengkapan produk pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya sudah sangat baik. Kualitas produk pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya berada pada kategori sangat baik, hal ini berarti kualitas produk pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya sudah sangat baik. Keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya dengan sangat baik.
2. Kelengkapan produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya.
3. Kelengkapan produk secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya, kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kusen Beton Semoga Jaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan skor terendah pada indikator kelengkapan produk yaitu mengenai "Setiap produk di Toko Kusen Beton Semoga Jaya memiliki lebih dari satu merek" dengan skor 371. Menyarankan agar Toko Kusen Beton Semoga Jaya dapat menambahkan merek lain agar terdapat pilihan lain bagi konsumen sehingga hal tersebut dapat menarik konsumen.
2. Berdasarkan skor terendah pada indikator kualitas produk yaitu mengenai "Toko Kusen Beton Semoga Jaya memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen" dengan skor 433. Menyarankan agar Toko Kusen Beton Semoga Jaya dapat mensurvei kembali tentang kebutuhan para konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan.
3. Berdasarkan skor terendah pada indikator keputusan pembelian yaitu mengenai "Saya sudah terbiasa membeli produk di Toko Kusen Beton Semoga Jaya" dengan skor 418. Dapat menyarankan agar Toko Kusen Beton Semoga Jaya meningkatkan kelengkapan produk dan kualitas produk supaya konsumen merasa puas saat melakukan pembelian sehingga dapat melakukan pembelian secara berulang dan membuat para konsumen terbiasa melakukan pembelian di Toko Kusen Beton Semoga Jaya.
4. Bagi perusahaan dapat memperhatikan aspek-aspek yang sudah dipaparkan, agar dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dari variabel kelengkapan produk Perusahaan dapat menambahkan produk-produk lain dengan beragam variasi sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk Perusahaan harus tetap menjaga kualitas dari produk tersebut agar tetap terjaga kepercayaan konsumen baik yang sudah berkali-kali melakukan pembelian maupun konsumen yang baru melakukan pembelian.
5. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti variabel harga, lokasi, promosi, dan faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi pelaku usaha sejenis maupun industri lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* Vol. 1, No. 2, 43-60.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen SEALANTWAX. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 3 Nomor 1, 90-99.
- Eldiansyah, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Inova Zenix (Studi Kasus Pada Masyarakat di Bandar Lampung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 130-138.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol 7 Nomor 1, 17-32.
- Fajrin, S. N., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kelengkapan Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Togamas Supratman Bandung. *Bandung Conferece Series: Business and Management* Vol. 2 No. 2, 1325-1330.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling Edisi 2*. Banten: Universitas Terbuka.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Prianka.Gallery Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* Vol. 2 No. 3, 254-267.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kewirausahaan dan Bisnis*, 45-58.
- Liliana, T. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT NG TECH SUPPLIES. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 10.
- Manik, R. R. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen*. Kabupaten Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EpressDigimedia.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Kabupaten Lumajang: WIDYA GAMA PRESS.
- Pratiwi, R. N., Yunitasari, I., Muftiyanto, R. T., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk dan Lokasi Pada Keputusan Pembelian Wedrink di Surakarta. *MASMAN: Master Manajemen* Vol. 2, No. 1, 90-102.
- Priadana, S., Sunarsi D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Priyatno, D. (2017). *SPSS 22 Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Rohman, A. (2017). *DASAR-DASAR MANAJEMEN*. Malang: Inteligencia Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Kabupaten Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). *Jurnal STEI Ekonomi* Vol. 29 No. 02, 17-30.
- Suparno, & Hermiati, N. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pelita Ilmu* Vol. 15 No. 1, 36-41.

- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Banyumedia.
- Widiana, M. E. (2019). Buku Ajar Pengantar Manajemen . Purwokerto Selatan : CV. Pena Persada.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik .