

**MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO QUEEN BIKERS SHOP PADANG MELALUI KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN**

Ash Shadiq Egim <sup>1)</sup>, Riche Fermayani <sup>2)</sup>, Liza Yuliana<sup>3)</sup>  
 Muhammad Bayu Dirgantara<sup>4)</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen, STIE Perbankan Indonesia

[2shadiq2@gmail.com](mailto:2shadiq2@gmail.com) , [richefermayani@gmail.com](mailto:richefermayani@gmail.com)

<sup>3</sup>Ekonomi Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat  
 email: Lizha.1990@gmail.com

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of Product Completeness and Service Quality on Consumer Purchase Decisions at Queen Bikers Shop in Padang City. The analysis technique used in this study is quantitative with multiple linear regression analysis. This study used 97 respondents as a research sample by conducting a survey of consumers at the Queen Bikers Shop shop. The results of the study prove that the two variables, namely Product Completeness and Service Quality, have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at the Queen Bikers Shop.*

*Keywords: Product Completeness, Service Quality, and Purchasing Decisions*

**I. PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan bisnis ritel membuat terjadinya persaingan yang ketat di pasar, persaingan yang ketat mendorong setiap pelaku bisnis untuk menonjolkan apapun yang mereka miliki guna berkompetensi di pasar dan memenangkan persaingan. Hal ini dapat dilakukan dengan memiliki produk atau jasa yang tidak dimiliki para pesaing agar menarik minat berbelanja.

Perkembangan bisnis retail di Indonesia sangat pesat khususnya di daerah Kota Padang. Toko helm termasuk bisnis retail yang ada di Kota Padang. Keputusan membeli sebuah barang pasti sudah direncanakan dengan melihat kelebihan dan kegunaan dari barang tersebut. Dengan peningkatan pemakaian sepeda motor di kota Padang membuat seorang pelaku usaha tertarik dengan membuka usaha yang sangat dibutuhkan bagi pengguna sepeda motor itu sendiri seperti helm untuk melindungi kepala dan memudahkan bepergian jauh dalam keadaan apapun.

**Tabel 1**  
**Penggunaan Sepeda Motor Tahun 2019-2021 Di Kota Padang**

Tahun	Jumlah Penggunaan Motor	Persentase (%)
2019	283.098	-
2020	242.238	-14,43%
2021	346.432	43,01

Sumber:bps.go.id 2021

Dari Tabel 1 ini dapat dilihat peningkatan penggunaan sepeda motor di kota Padang pada tahun 2019 sebanyak 283.098 unit, pada tahun 2020 sebanyak 242.238 unit dan meningkat sangat signifikan pada tahun 2021 sebanyak 346.432 unit, peningkatan yang banyak ini dikarenakan Kota Padang adalah ibu kota dari provinsi Sumatera Barat. Dikutip dari BPS Kota Padang (2023) Kota Padang adalah ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat, dari sisi jumlah penduduk, Kota Padang merupakan kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Sumatera Barat. Selain penduduk asli juga terdapat pendatang ke Kota Padang dengan berbagai tujuan baik untuk pekerjaan maupun pendidikan. Dikarenakan

banyaknya mahasiswa yang dari luar daerah kota Padang. Bagi para mahasiswa ini menggunakan sepeda motor sangat mempermudah mereka dalam menghemat waktu untuk bepergian seperti ke kampus, tempat nongkrong untuk bersosialisasi dan mengerjakan tugas dan lainnya. Terjadinya peningkatan penggunaan sepeda motor di kota Padang akan berbading lurus dengan meningkatnya penggunaan helm.

Salah satu toko helm yang ada di Kota Padang adalah Queen Bikers Shop. Yang beralamat di jl. Gajah Mada No.17a, Simpang Tinju, Kp. Olo, Kec. Nanggalo, Kota Padang. Toko yang menyediakan berbagai macam merek dan tipe helm, dan juga menyediakan *sparepart* helm, jas hujan dan bahkan menyediakan jasa seperti mencuci helm, pemasangan karet helm dan lainnya. Toko Queen Bikers Shop telah berdiri sejak bulan juni 2010. Hingga saat ini Toko Queen Bikers Shop telah berhasil berkembang, awalnya hanya memiliki 1 gerai dan hingga saat ini sudah memiliki 3 gerai di bawah pimpinan manajemen yang sama. Banyak tantangan yang di hadapi pemilik toko untuk mengembangkan usaha ini seperti meningkatkan kualitas pelayan, mempromosikan produk di sosial media, hampir menyediakan setiap tipe dari brand GM, KYT, NHK, dan *brand* lainnya.

**Tabel. 2**  
Tingkat Penjualan Barang di Queen Bikers Shop

Tahun	Tingkat penjualan	Persentase
2019	2763	-
2020	2197	-20,48%
2021	2649	20,57%
2022	3271	23,48%

Sumber: Queen Bikers Shop (2023)

Bedasarkan data diatas memperlihatkan penjualan barang pada tahun 2019 sebanyak 2763 produk , pada tahun 2020 sebanyak 2197 produk mengalami penurunan dengan *persentase* 20,48, pada tahun 2021 sebanyak 2649 produk meningkat dari tahun sebelumnya dengan *persentase* 20,57, dan pada tahun 2022 sebanyak 3271 produk dengan *persentase* 23,48. Penurunan pada tahun 2020 dan 2021 dikarenakan covid yang mewabah kesuluruh dunia dan pemerintah Indonesia mengharuskan warganya menaati protokol kesehatan yang dianjurkan.

Setelah melakukan survei untuk mengetahui faktor yang membuat konsumen berbelanja di toko Queen Bikers Shop. Faktor yang paling mempengaruhi adalah kelengkapan produk, alasan mereka melakukan pembelian karena produk yang beragam yang menarik minat membeli. Faktor kedua yang mempengaruhi konsumen yaitu kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan baik yang mereka terima. Alasan penurunan penjualan barang pada tahun 2020 dan 2021 dikarenakan covid 19 yang melanda dunia dan pemerintah Indonesia mengharuskan warganya untuk mengurangi beraktifitas diluar rumah.

Keputusan pembelian adalah aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Menurut Kotler and Keller (2018) keputusan pembelian adalah keputusan akhir konsumen yang melakukan pembelian barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Keputusan pembelian merupakan tahap keempat dari proses pembelian, sehingga untuk sampai pada tahap tersebut konsumen harus melalui tiga proses sebelumnya. Oleh karena itu dengan proses pengambilan keputusan pembelian sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen, sehingga perilaku konsumen ini akan menentukan proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut J.E.Sutanto and Tandhia (2013) sejalan dengan perkembangan ekonomi yang mempengaruhi nilai-nilai dalam kehidupan berkeluarga dan pengaruh-pengaruh budaya dari luar, terjadi perubahan struktur peran di antara anggota-anggota keluarga, sehingga mengakibatkan pengambilan keputusan beli tidak lagi cenderung ke suami.

Indikator Keputusan Pembelian pada penelitian ini yaitu, menurut Ade & Ramadhan (2019) terdapat empat indikator yang terdiri dari:

- a. Kebutuhan untuk membeli.
- b. Pencarian informasi.
- c. Evaluasi produk.
- d. Lakukan pembelian.

Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelengkapan barang dagang yang di tawarkan oleh suatu unit bisnis merupakan elemen pendukung yang krusial untuk meraih konsumen di pasar. Dengan lengkapnya barang dagang yang ditawarkan ini akan bisa dengan mudah memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen menginginkan barang yang lengkap saat berbelanja, menginginkan unit bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta untuk bermacam-macam jenis barang ataupun jasa (Harahap, Amanah, Agustini 2018). Konsumen akan merasa yakin ketika mereka melihat secara langsung barang yang mereka butuhkan tersedia di toko dengan banyak ragam merek dan ragam model itu akan mengakibatkan konsumen mudah untuk memilih barang yang mereka butuhkan dari banyak jenis yang di tawarkan dan konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian (Sucipto, Dheasey Amboningtyas, 2017). Konsumen menyukai hal yang praktis, dengan lengkapnya barang yang dimiliki oleh unit bisnis ini akan memudahkan konsumen dan juga konsumen cenderung menginginkan barang substitusi dan barang komplementer (Harahap, Amanah, Agustini 2018).

Lengkapnya barang dagangan merupakan tersedianya ragam variasi jenis barang yang dapat dimiliki, digunakan dan dipakai oleh konsumen. Peneliti Rosita (2016) juga menyimpulkan bahwa kelengkapan produk terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Penelitian Prabowo (2015) menyimpulkan bahwa kelengkapan produk juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Meskipun demikian, terdapat beberapa penelitian yang menyimpulkan tidak adanya pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen. Diantaranya, penelitian yang dilakukan Widodo (2016) dan Listyawati (2017) menyimpulkan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan beli konsumen. Produk toko yang tersedia di Queen Bikers Shop di tata dengan lebih rapi bahkan jika dilihat dari luar toko bisa mencerminkan tentang kualitas produknya.

Untuk mengukur kelengkapan produk, menurut Faris Zikrurrahman, Rizal Muhammad Naufal, Harmon Chaniago (2021) ada empat macam indikator yang terdiri dari:

- a. Keanekaragaman produk yang dijual, mewakili seluruh produk yang di jual oleh penjual kepada pelanggan.
- b. Variasi produk yang dijual, ini adalah beragamnya jenis produk yang dijual atau tersedia untuk ditawarkan kepada konsumen.
- c. Ketersediaan produk untuk dijual, perusahaan harus menyediakan produk yang mereka jual di tempat.
- d. Tersedianya berbagai merek, ada banyak jenis merek yang tersedia di toko sebagai barang dagangan.

Kualitas pelayan mempengaruhi kepuasan pembelian. pelayanan yang diberikan oleh penjual ke konsumen menentukan keberhasilan dari suatu unit bisnis, selain dari harga dan tersedianya keanekaragaman produk. Kualitas pelayanan merupakan harapan atas kepuasan konsumen, sehingga ini harus dilakukan dengan ketepatan penyampaiannya oleh pelaku bisnis (Tjiptono, 2016). Semakin sedikit perbedaan harapan dengan kenyataan pelayanan yang diterima konsumen, maka semakin baik kualitas pelayanan perusahaan menurut persepsi konsumen (Qalati, Yuan, Iqbal, Hind, & Hussain, 2019). Di toko Queen Bikers Shop juga menyediakan jasa cuci helm dan *service* helm.

Sebelum konsumen membeli, konsumen akan menilai secara langsung apakah mereka mendapatkan pelayanan dengan baik atau tidak. Hal sedemikian yang membuat kualitas pelayanan dapat menjadi faktor untuk keputusan pembelian konsumen, unit bisnis diharuskan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mereka karena dengan ini konsumen dapat mengatasi kebutuhan mereka, lalu kualitas pelayanan juga menggambarkan bagaimana suatu unit bisnis, ketika pelayanan yang di berikan mumpuni maka konsumen akan menggambarkan unit bisnis tersebut merupakan unit bisnis yang baik. Kualitas pelayanan bukan suatu hal yang permanen atau kaku, tetapi bersifat flexibel atau dapat berubah, perubahan tersebut tentunya berupa peningkatan pelayanan menjadi lebih baik (Sadiartha & Darmiyanti

2019). penelitian dari Prabowo (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ada lima indikator kualitas pelayanan menurut Le et al. (2019), yaitu:

1. *Tangible*, yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan kepada *stakeholders* keberadaannya.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dari perusahaan dalam usaha untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen secara akurat dan terpercaya seperti yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness*, keinginan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan benar.
4. *Assurance*, kesadaran, kebaikan dan kemampuan kepercayaan konsumen di seluruh korporasi.
5. *Empathy*, bentuk perhatian yang tulus, yang diberikan pribadi atau individu kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, ada 3 hipotesis:

H1 : Diduga kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Queen Bikers Shop

H2 : Diduga kualitas pelayan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Queen Bikers Shop.

H3 : Diduga kelengkapan produk dan kualitas pelayan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

## II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Winarno 2017:67). Penelitian ini membahas tentang meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada toko Queen Bikers shop Padang melalui kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Populasi bukan hanya orang, tetapi objek serta benda alam lainnya (Sugiyono, 2020). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang pernah berbelanja di toko Queen Bikers Shop.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang telah diteliti. Sugiyono (2020) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen toko Queen Bikers Shop menjadi subjek dalam penelitian ini sebanyak 97 orang yang didapatkan dengan rumus Cohran karena jumlah populasinya tidak diketahui. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu tidak semua populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk bisa menjadi sampel. Lalu teknik pengumpulan data yaitu dengan *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih bagi mereka yang dapat memberikan informasi atas apa yang diinginkan, bersifat terbatas dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti Sekaran & Bougie (2016). Adapun kriteria sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu: Masyarakat kota Padang yang sudah pernah berbelanja ke Toko Queen Bikers Shop dan masyarakat kota Padang yang mempunyai umur 17 tahun ke atas. Indikator pada penelitian ini berjumlah 16 indikator dengan 32 item pertanyaan yang ada pada kuesioner.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini menguraikan tentang meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada toko Queen Bikers shop Padang melalui kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, penulis menyajikan data dalam bentuk angket. Angket yang disebarkan ini diberikan kepada 97 orang dengan menggunakan metode skala Likert.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuisisioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak (Sugiyono, 2020). Uji ini menggunakan software SPSS 23. Cara yang dipakai menggunakan teknik korelasi product moment

dengan kriterianya  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pembuatan instrumen pertanyaan dari masing masing indikator adalah valid.

Berdasarkan hasil uji validitas didapatkan hasil bahwa keseluruhan  $r$  hitung yang ada pada variabel kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel yaitu sebesar 0.1996. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan pada penelitian ini valid.

## 2. Uji Reliabel

Menurut Ghozali (2014:48) Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach Alpha. Untuk menentukan apakah instrumen reliable atau tidak menggunakan  $\alpha > 0.3$ . Berdasarkan hasil uji reliabilitas terlihat bahwa masing-masing variabel penelitian telah memiliki nilai cronbach's alpha di atas 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan valid sehingga dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov- smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residu terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai Sig  $>$  Alpha. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov- smirnov yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3**

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90978835
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.091
	Negative	-.108
Kolmogorov-Smirnov Z		1.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.206

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Kriteria pada pengujian kolmogorov smirnov yaitu apabila nilai signifikan  $>$ 0.05 maka data tersebut terdistribusi dengan normal dan begitu juga sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa nilai Asymptotic Significance (2-tailed) pada penelitian ini sebesar 0.206 yang mana lebih besar dari 0.05 maka data terdistribusi dengan normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Dengan menggunakan uji VIF (*variance inflating factors*) yang dijabarkan dalam matriks korelasi, maka akan dapat dilihat apakah terdapat korelasi sesama variabel bebas atau multikolinearitas. Jika terdapat korelasi sesama variabel bebas, maka dikeluarkan dari analisis regresi linear berganda uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai dari VIF dan tolerance, dimana apabila VIF nya  $<$  10 dan nilai tolerance  $>$  0,1 maka data dikatakan bebas dari multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas terdapat variabel bebas dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 4**

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kelengkapan Produk	.997	1.003
	Kualitas Pelayanan	.997	1.003

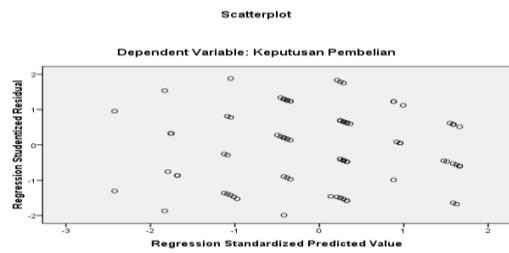
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Pada hasil uji multikolinearitas diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk masing masing variabel > dari 0,1 dan nilai VIF untuk masing-masing variabel < 10. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel penelitian terbebas dari multikolinearitas. Dengan demikian tidak ada hubungan antara masing masing variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y tidak membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar kemudian menyempit, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas antar nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SPRESID).

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh antara Persepsi Risiko (X1), variabel Kepercayaan (X2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel. 5 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.561	2.385		1.913	.059
Kelengkapan Produk	.031	.075	.032	.417	.677
Kualitas Pelayanan	.554	.063	.671	8.787	.000

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Pada hasil uji regresi linear berganda terlihat bahwa masing-masing variabel independen yang digunakan telah memiliki nilai koefisien regresi yang dapat dilihat kedalam model persamaan regresi berganda terlihat dibawah ini:

$$Y = 4,561 + 0,031X_1 + 0,554X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 4,561 artinya jika tidak memperhatikan variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan (bernilai nol) maka keputusan pembelian masih tetap ada sebesar 4,561.
2. Nilai koefisien regresi kelengkapan produk adalah positif 0,031 artinya kelengkapan produk berbanding lurus/searah dengan keputusan pembelian dimana setiap peningkatan 1 satuan

- kelengkapan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,031. Demikian juga sebaliknya jika terjadi penurunan.
3. Nilai koefisien regresi kualitas pelayan adalah positif 0,554 artinya kualitas pelayanan berbanding lurus/searah dengan keputusan pembelian dimana setiap peningkatan 1 satuan kelengkapan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,554. Demikian juga sebaliknya jika terjadi peningkatan.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi–asumsi variabel lainnya adalah konstan. Uji ini digunakan untuk menentukan koefisien regresi yang paling besar. (Siregar, 2013 : 306). Hasil uji t untuk penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

**Tabel 6**  
Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.561	2.385		1.913	.059
Kelengkapan Produk	.031	.075	.032	4.417	.677
Kualitas Pelayanan	.554	.063	.671	8.787	.000

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama seperti terlihat pada tabel 7 terlihat bahwa kelengkapan produk memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,677 < alpha 0,05 maka keputusannya adalah Ho diterima dan Ha ditolak. Adapun kesimpulan yang diperoleh menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ke dua seperti terlihat pada tabel 7 terlihat bahwa kualitas pelayanan memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < alpha 0,05 maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Adapun kesimpulan yang diperoleh menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Uji Simultan (Uji F)**

Pengujian secara simultan atau uji F ini menggunakan tabel ANOVA (Analysis of Variance) dengan melihat nilai signifikansi < 0.05. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka hipotesis tidak didukung dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka hipotesis didukung. Hasil uji F penelitian ini dilihat dari Tabel 8 dibawah ini:

**Table 7**  
Hasill Uji F (Stimultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	65.900	2	32.950	38.979	.000 <sup>a</sup>
Residual	79.461	94	.845		
Total	145.361	96			

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 57.640 yang mana lebih besar dari f tabel yaitu 2.67 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana lebih kecil 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Uji Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup>)**

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengeahui kemampuan dari variabel independen untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen yang diukur dengan persentase.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil uji koefisien determinasi yang terlihat pada Tabel 9 dibawah ini:

**Tabel 8**

Uji Determinasi

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.442	.919

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square yang terbentuk adalah sebesar 0,442. Artinya kemampuan variabel independen yaitu kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian adalah sebesar 44,2% sedangkan sisanya sebesar 55,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain dari variabel yang tidak dimasukkan pada penelitian ini

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko queen bikers shop. Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.14 nilai t hitung sebesar 4.417 dan nilai tidak signifikansi sebesar 0,667 maka ditemukan bahwa variabel kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hipotesis pertama yang diambil yaitu kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ditolak karena hasil yang didapatkan sama dengan hipotesis yang diambil.

Mengarah kepada apa yang diteliti oleh Zikrurrahman, Naufal dan Chaniago (2021) bahwa kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif dan signifikan. Syafrudin dan Arifin (2019) melakukan penelitian terhadap Depo Bangunan Malang dan mendapatkan hasil bahwa kelengkapan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko queen bikers shop. Artinya semakin lengkap dan semakin beragam jenis produk yang dapat ditampilkan oleh toko queen bikers shop kepada konsumennya, maka semakin mudah bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan begitu juga sebaliknya. Semakin sedikit yang dapat ditampilkan oleh toko queen bikers shop kepada konsumennya, maka semakin sulit bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, responden penelitian melakukan pembelian karena kelengkapan produk yang diberikan oleh toko queen bikers shop dapat diterima oleh konsumen.

Kelengkapan produk dapat diterima oleh konsumen di ukur dengan pernyataan toko bangunan menawarkan produk dengan jenis produk yang bermacam-macam, toko queen bikers shop menawarkan produk dengan merek yang bermacam-macam, toko queen bikers shop menyediakan produk dengan kualitas yang berbeda dan toko bangunan selalu menjaga tersedianya produk yang ditawarkan ke konsumen.

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko queen bikers shop. Berdasarkan hasil uji T variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Suciana (2019) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Syafrudin dan Arifin (2019) melakukan penelitian terhadap Depo Bangunan Malang dan mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sadiartha dan Darmiyanti (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko queen bikers shop. Artinya semakin baik tingkat pelayanan

yang dapat diberikan oleh toko queen bikers shop kepada konsumennya, maka semakin mudah bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan begitu juga sebaliknya. Semakin rendah tingkat pelayanan yang diberikan oleh toko queen bikers shop kepada konsumennya, maka semakin sulit bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, responden penelitian melakukan pembelian karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko queen bikers shop dapat diterima oleh konsumen. Kualitas pelayanan dapat diterima oleh konsumen diukur dengan pernyataan toko queen bikers shop menampilkan tampilan fisik yang baik, toko queen bikers shop memiliki kebersihan lingkungan, toko queen bikers shop memberikan pelayanan akurat & terpercaya, toko queen bikers shop memberikan pelayanan sepenuh hati, toko queen bikers shop memberikan pelayanan cepat & tepat, toko queen bikers shop peduli dan perhatian dengan kebutuhan konsumen dan konsumen merasa yakin dengan pelayanan yang diberikan oleh toko queen bikers shop.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabeli kelengkapan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,667 < \alpha 0,05$ . Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan kelengkapan produk maka tidak akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan uji f simultan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh dari variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 55%, sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

#### V. REFERENSI

- Ade, P.N and Denny Ammari Ramadhan. (2019). Effect of competitive prices, completeness of products, and location on consumer repurchasing decision at metro electronics & furniture rantau prapat. BMC Public Health, 5(1),1–8.
- BPS Kota Padang (2023) *Hasil Long Form Sensus Penduduk 2020 Kota Padang*. Available at: <https://padangkota.bps.go.id/publication/2023/02/10/13f81b34da8a97d0768a8187/hasil-long-form-sensus-penduduk-2020-kota-padang.html>.
- Ghozali, Imam (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Harahap, D. A, Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1). <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>.
- J.E.Sutanto and Tandhia, Y. (2013) 'Analisis Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm', 10(2).
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2018) *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. 12th edn. Jakarta: PT. Indeks.
- R Rosita, S Marhanah, WH Wahadi. (2016) *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 13 (1).

Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sucipto, & Amboningtyas, D. (2017). Effect Of Completeness Of Product, Location, And Price On Decision Of Purchase On Minimarket In Region Of Tembalang City Of Semarang. 32, 1–6.

Tjiptono, F.& G.C. (2016) *Service Quality And Satisfaction*. 4th edn. Jakarta: Andi Offset.

Le, Q. H., Thanh, L., Nguyen, T., Tram, N., &Pham, A. (2019). The Impactof Click and Collect’s Service Qualityon Customer Emotion and Purchase Decision : A Case Study of Mobile World in Vietnam. 6, 195–203. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no1.195>.

