

**PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA TOKO TETAP SURYA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh :
AUSTIN
181010008**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO TETAP
SURYA

Nama : Austin

NIM : 181010008

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

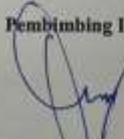
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dra. Pesta Gultom M.M
NIDN : 0117126501

Pembimbing II,



Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN: 0120088303

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN
PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA TOKO TETAP SURYA

Nama : Austin

NIM : 181010008

Program Studi : Manajemen Pemasaran

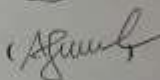
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 08 Februari 2022
Dewan Penguji,

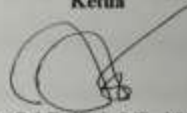
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

()

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Austin
NIM	181010008
Judul Skripsi	Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya
Pembimbing Skripsi yang diusulkan :	
Pembimbing – I	Dra. Pesta Gultom M.M
Pembimbing – II	Ihdina Gustina, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 02 Juni 2022



Austin
181010008

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Dra. Pesta Gultom M.M ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO TETAP SURYA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S. E.,M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
7. Ibu Dra. Pesta Gultom M.M. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini

8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasteya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 04 Juni 2022

Austin
181010008

ABSTRAK

Austin, 181010008, 2022, Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing 1: Dra. Pesta Gultom M.M., Pembimbing II: Ihdina Gustina, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen di Toko Tetap Surya, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Toko Tetap Surya yang berjumlah tidak pasti. Dengan menggunakan rumus Hair dengan 10 kali dari jumlah indikator, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 180 responden. Data di analisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 8.053 + 0.278 Harga + 0.636 Kelengkapan Produk + 0.571 Lokasi + e**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif pada keputusan pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} (3.965) > t_{tabel} (1.974)$. Hasil analisis menunjukkan kualitas Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan dan positif pada keputusan pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} (7.951) > t_{tabel} (1.974)$. Hasil analisis menunjukkan kualitas Lokasi memiliki pengaruh signifikan dan positif keputusan pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} (7.851) > t_{tabel} (1.974)$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi berpengaruh signifikan dan positif pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} (66.154) > F_{tabel} (2.66)$.

Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0.522 atau 52.1% yang artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi sebesar 52.2% sedangkan sisanya 47.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, diskon, komunikasi dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci : Harga, Kelengkapan Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Austin, 181010008, 2022, The Effect of Price, Product Completeness And Location on Consumer Purchasing Decisions At Solar Fixed Stores, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor 1: Dra. Gultom Party M.M., Supervisor II: Ihdina Gustina, S.E., M.M

This study aims to find out the influence of Price, Product Completeness and Location on Consumer Purchase Decisions at Solar Fixed Stores.

*The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, that is, data obtained in the form of numbers or numbers. Data sources are primary data and secondary data. Primary data is obtained from the results of the distribution of questionnaires to consumers at The Solar Fixed Store, secondary data is obtained from data and literature related to the issues discussed. The population in the study was consumers in the Solar Fixed Store which amounted uncertainly. Using the Hair formula with 10 times the number of indicators, a sample of 180 respondents was obtained. The data is analyzed using multiple linear regression analysis methods. The results of the analysis provide the equation of **Purchasing Decision = 8,053 + 0.278 Price + 0.636 Product Completeness + 0.571 Location + e***

The results of the research analysis showed that Price has a significant and positive influence on consumer purchasing decisions at The Solar Fixed Store based on the results of a partial hypothesis test, namely $t_{\text{calculate}} (3,965) > t_{\text{table}} (1). 974$). The results of the analysis showed that the quality of Product Completeness had a significant and positive influence on consumer purchasing decisions at the Solar Fixed Store based on the results of a partial hypothesis test, namely $t_{\text{count}} (7,951) > t_{\text{table}} (1). 974$). The results of the analysis showed that location quality has a significant and positive influence on consumer purchasing decisions on solar fixed stores based on the results of partial hypothesis tests, namely $t_{\text{calculate}} (7,851) > t_{\text{table}} (1). 974$).

The results showed that Price, Product Completeness and Location had a significant and positive effect on Consumer Purchase Decisions at Solar Fixed Stores based on the results of simultaneous hypothesis tests , namely $F_{\text{count}} (66,154) > F_{\text{table}} (2.66)$.

The results of this study are supported by the value R square (R^2) = 0. 522 or 52.1% which means that the Purchase Decision variable can be explained by the Price variable, Product Completeness and Location of 52.2% while the remaining 47.8% is influenced by other factors that come from outside this research model such as service quality, customer satisfaction, discounts, communication and various other variables.

Keywords: Price, Product Completeness, Location and Purchasing Decision

MOTTO

“Hidup Bukanlah tentang siapa yang terbaik , akan tetapi siapa yang bisa berbuat baik”

“kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar. Kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman. Namun tidak jujur itu sulit diperbaiki”

(MOHAMMAD HATTA)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :
TUHAN ku yang tak henti menyayangiku. Terimakasih
banyak...

Ibu yang ada di rumah tapi selalu dihatiku. Terima
kasih atas semua hal, sekecil apapun itu. Forgive me
for everything

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang..... 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Batasan Masalah 5

1.4. Rumusan Masalah 7

1.5. Tujuan Penelitian 7

1.6. Kegunaan Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 9

2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Teori Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.2. Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.2. Teori Harga.....	11
2.1.2.1. Pengertian Harga	11
2.1.2.2. Indikator Harga.....	12
2.1.3. Teori Kelengkapan Produk.....	13
2.1.3.1. Pengertian Kelengkapan Produk	13
2.1.3.2. Indikator Kelengkapan Produk.....	15
2.1.4. Teori Lokasi	16
2.1.3.1. Pengertian Lokasi	16
2.1.3.2. Indikator Lokasi	15
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual	19
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.1.1. Lokasi Penelitian	21
3.1.2. Waktu Penelitian	21
3.2. Jenis dan Sumber Data	21
3.2.1. Jenis Data	21
3.2.2. Sumber Data	21

3.3. Populasi dan Sampel	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel	22
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.6.1 Uji Validitas	26
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.7 Teknik Analisa Data	28
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.1.1 Uji Normalitas	28
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	29
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas	30
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.9 Uji Hipotesis	31
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji – t)	31
3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji- F)	32
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Toko Tetap Surya	35
4.1.2 Visi dan Misi Toko Tetap Surya	35
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Tetap Surya	35

4.2 Hasil Penelitian	36
4.2.1 Karakteristik Responden	36
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.2.2.1 Uji Validitas	37
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	42
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	44
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	47
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	48
4.2.4 Teknik Analisis Data	49
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	51
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	53
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.3 Pembahasan	54
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Implikasi Manajerial	61
5.3. Saran Akademis	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
SURAT IZIN PENELITIAN	
SURAT BALASAN RISET	

KARTU SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga Produk Toko Tetap Surya	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Tetap Surya	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Alat Pengukuran	23
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	36
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	37
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	38
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (X_2)	38
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3).....	40
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Harga (X_1).....	42
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Kelengkapan Produk (X_2).....	43
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Lokasi (X_3).....	43
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)	43
Tabel 4.12 One Sample Kolgomorov-Smirnov Test.....	46
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)	52
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)	54
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Tetap Surya	35
Gambar 4.2 Grafik Histrogram.....	44
Gambar 4.3 Grafik Histrogram P-Plot	45
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_1)

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_1)

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kelengkapan Produk (X_2)

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kelengkapan Produk (X_2)

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X_3)

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X_3)

Lampiran 9 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 10 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 11 Tabulasi Angket Responden

Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot*

Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin canggih di era modern ini, terdapat suatu peluang dan tantangan baru bagi semua bidang industri yang beroperasi di Indonesia, dimana akan berdampak kepada pertumbuhan pasar, perubahan perilaku pelanggan, dan persaingan yang ketat adalah semua faktor yang perlu dipertimbangkan. Bisnis perdagangan adalah salah satu industri yang sedang mengalami pertumbuhan yang luar biasa saat ini dan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di suatu negara atau daerah. Kemajuan-kemajuan ini akan memiliki pengaruh yang menguntungkan bagi kehidupan orang-orang dan akan memberi mereka nilai yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis perdagangan yang salah satu cabangnya adalah sektor grosir juga merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat.

Toko Tetap Surya beralamat di Jalan Kartini No 288 Kisaran, Sumatera Utara, didirikan oleh Bapak Wilian sebagai pemilik dan sudah berdiri selama 20 tahun dan dijalankan sebagai bisnis keluarga sebagai toko yang bergerak di bidang penjualan grosir dengan produk kebutuhan sehari-hari seperti beras, minyak, gula dan produk kebutuhan lainnya.

Toko Tetap Surya melakukan penjualan grosir kepada pedagang lain seperti agen, toko dan warung sembako dan juga melakukan penjualan kepada pembeli akhir seperti ibu rumah tangga. Bisnis grosir bahan kebutuhan pokok

menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan dan sangat dibutuhkan masyarakat sebagai bagian dari bahan kebutuhan pokok untuk keperluan sehari-hari.

Grosir merupakan pelaku usaha (pedagang) yang menjual barang dalam jumlah yang besar dan bukan persatuan atau ecer. Dalam kebanyakan kasus, pedagang grosir menjual barang dalam jumlah besar ke pedagang kecil, yang kemudian menjual kembali komoditas tersebut dalam jumlah yang lebih kecil atau eceran. Pedagang grosir sangat bermanfaat bagi pedagang eceran kecil selama operasi mereka. Perdagangan, khususnya pedagang besar, memberikan bantuan yang signifikan kepada masyarakat dalam menjalankan usahanya karena pedagang besar menjual kepada pedagang eceran kecil yang dapat menjual kembali barang-barang tersebut dengan harga yang kompetitif di pasar dan memungkinkan mereka untuk memperoleh keuntungan. Hubungan erat yang terjalin antara pedagang grosir dan pengecer akan memastikan bahwa kegiatan ekonomi aktif untuk kepentingan seluruh masyarakat.

Menurut Tjiptono (2015:289), harga adalah satuan moneter atau ukuran lain (termasuk produk dan jasa lain) yang dipertukarkan untuk mendapatkan hak untuk memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa dari sudut pandang pemasaran. Harga yang ditawarkan ketika membeli kebutuhan pokok akan menjadi penilaian bagi pelanggan. Dengan harga yang murah dan bersaing tentu akan meningkatkan minat pelanggan dalam membeli dari Toko Tetap Surya. Pada harga bahan kebutuhan pokok di Toko Tetap Surya memiliki harga yang bersaing dengan toko grosir lainnya. Harga yang diberikan tidak memiliki perbedaan rentang harga yang jauh sehingga masih mampu dalam menarik minat pelanggan.

Dalam pengambilan dalam jumlah yang besar tertentu, Toko Tetap Surya juga memberikan potongan harga khusus kepada pelanggan yang sudah sering membeli. Berikut daftar harga yang tersedia di Toko tetap Surya.

Tabel 1.1
Data Harga Produk Toko Tetap Surya

Produk	Merek	Ukuran	Harga	Harga Toko Pesaing
Beras 10 kg	Ramos	Sak	Rp 123.000	Rp 125.000
	Payung		Rp 104.000	Rp 105.000
	Naga Hitam		Rp 94.000	Rp 96.000
	Leici		Rp 94.000	Rp 95.000
	Udang		Rp 93.000	Rp 93.000
	Kutilang		Rp 106.000	Rp 106.000
	Ayam		Rp 105.500	Rp 107.500
	Ramos		Rp 95.000	Rp 96.000
Minyak 1 liter	Bimoli	Kotak	Rp 228.000	Rp 230.000
	Sunco		Rp 180.000	Rp 181.000
	Hidayah		Rp 176.000	Rp 177.000
	Paninah		Rp 198.000	Rp 200.000
	Victolin		Rp 200.000	Rp 200.000
Kecap	Kecap Panah	Kotak	Rp 61.000	Rp 61.500
	Kecap Bango		Rp 235.000	Rp 235.500
Air Mineral	Mizone	Kotak	Rp 120.000	Rp 120.500
	Ocean Blue Gelas		Rp 25.000	Rp 26.000
	Aqua Gelas		Rp 35.000	Rp 37.000
Gula	PSM	Sak	Rp 640.000	Rp 645.000
	PTP		Rp 630.000	Rp 635.000
	Lampung		Rp 645.000	Rp 650.000
Susu	Nono	Kotak	Rp 456.000	Rp 458.000
	Sapi Panjang		Rp 530.000	Rp 535.000
	Sapi Pendek		Rp 430.000	Rp 432.000
	Bendera		Rp 528.000	Rp 530.000

Sumber : Toko Tetap Surya, 2021

Dari tabel 1.1 pada harga produk yang ditawarkan oleh Toko Tetap Surya memiliki harga yang sangat bersaing dan mampu dijangkau oleh masyarakat sehingga Toko Tetap Surya akan mudah menawarkan produknya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam kebutuhan sehari hari.

Menurut Susanti (2021:145), lokasi bisnis adalah struktur fisik bisnis yang berfungsi sebagai komponen utama dalam menimbulkan kesan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dalam memposisikan bisnis dan operasinya untuk menyediakan saluran layanan yang mereka butuhkan kepada pelanggan. Pada lokasi Toko Tetap Surya yang berada di Jalan Kartini No 28 memiliki lokasi mudah dijangkau baik menggunakan mobil maupun sepeda motor. Lokasi juga dekat dengan pusat pemerintahan kota Kisaran sehingga mempermudah akses pelanggan. Toko Tetap Surya juga berada di lokasi ramai dekat dengan beberapa instansi pendidikan, rumah sakit umum, apotik, hotel, restoran, *café* dan kantor pemerintahan. Dengan pemilihan lokasi yang strategis maka Toko Tetap Surya diharapkan dapat menjadi tempat konsumen melakukan keputusan pembelian. Dengan lokasi yang mudah diakses oleh konsumen akan memberikan keuntungan dalam pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang berada di pusat kota juga akan membantu dalam menjalankan kelancaran bisnis.

Dalam penjualan grosir saat ini, Toko Tetap Surya memiliki penjualan yang cukup baik walaupun mengalami adanya mengalami penurunan dalam penjualan produk kebutuhan sehari-hari pada saat ini. Menurut Shinta (2011:40), perilaku konsumen mengacu pada aktivitas, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan orang, kelompok, dan organisasi saat memperoleh, menggunakan, atau berinteraksi dengan barang, jasa, dan sumber lainnya. Dalam melakukan penjualan produk grosir, Toko Tetap Surya memiliki produk kebutuhan sehari-hari yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam pendapatan yang diterima mengalami penurunan. Toko Tetap Surya mampu mempertahankan penjualan

yang cukup stabil pada setiap tahunnya. Berikut ini penjualan pada periode waktu 2016 hingga 2020 pada tabel berikut ini.

Tabel 1.2
Data Penjualan Toko Tetap Surya Periode 2017 - 2021

Tahun	Jumlah Penjualan	Naik/Turun Penjualan
2017	Rp 760.510.000	-
2018	Rp 745.770.000	2%
2019	Rp 762.563.000	-2%
2020	Rp 751.850.000	1%
2021	Rp 743.320.000	1%

Sumber : Toko Tetap Surya, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa total penjualan dari tahun 2017 hingga tahun 2021 mengalami fluktuatif dari jumlah pendapatan dimana kenaikan dan penurunan penjualan terjadi sebesar 1% hingga 2%. Pada tahun 2018, penurunan pendapatan terjadi karena adanya kenaikan harga bahan kebutuhan pokok, sedangkan pada tahun 2020 dan 2021 penurunan penjualan terjadi karena adanya pandemi covid yang terjadi. Penurunan pendapatan terjadi juga dari dampak pandemi yang mempengaruhi minat beli dari konsumen.

Menurut Sunyoto (2014:69), produk adalah segala sesuatu yang dapat dipasok ke pasar sebagai imbalan atas perhatian, permintaan, penggunaan, atau konsumsinya untuk memenuhi kebutuhan atau kebutuhan. Produk dapat berupa barang berwujud, layanan, orang, lokasi, organisasi, atau konsep. Pada kelengkapan produk di Toko Tetap Surya memiliki berbagai variasi produk yang lengkap sebagai salah satu toko grosir yang menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti gula, beras, minyak dengan berbagai merek. Selain itu Toko Tetap Surya juga menyediakan berbagai jenis variasi harga dari murah sampai mahal untuk memberi pilihan yang lengkap kepada pelanggan. Dengan produk yang lengkap,

Toko Tetap Surya sudah melayani pelanggan di daerah Kisaran selama kurun waktu 20 tahun lebih.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO TETAP SURYA”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang ada di atas, maka dapat disinyalir terjadinya fluktuatif keputusan pembelian disebabkan oleh :

1. Harga yang ditawarkan untuk kebutuhan pokok oleh Toko Tetap Surya tidak memiliki perbedaan rentang harga yang jauh sehingga masih mampu dalam menarik minat pelanggan.
2. Kelengkapan produk eceran dari Toko Tetap Surya yang ditawarkan sangat bervariasi baik seperti gula, beras, minyak dalam jenis dan ukuran.
3. Lokasi Toko Tetap Surya di Jalan Kartini No 28 yang mudah dijangkau karena berada di pusat kota Kisaran dan dekat dengan fasilitas umum dan mudah dijangkau walaupun menggunakan kendaraan umum.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Harga (X₁), Kelengkapan Produk (X₂), Lokasi (X₃), dan Keputusan Pembelian (Y), penelitian ini dilakukan di Toko Tetap Surya, Kisaran.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya ?
2. Apakah ada pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya ?
3. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya ?
4. Apakah ada pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka tujuan yang hendak dicapai antara lain :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tetap Surya.

1.6. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para akademis dan para praktisi pendidikan.

1. Bagi Toko Tetap Surya

Dapat dijadikan sebagai dasar untuk melihat dampak dari hal hal yang mempengaruhi keputusan pembelian dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademis

Menambah khasanah ilmu pengetahuan serta memberi masukan dalam rangka penyusunan teori atau konsep-konsep baru terutama untuk pengembangan pemikiran dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan harga, kelengkapan produk, lokasi terhadap keputusan pembelian bagi para peneliti berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Dalam menarik minat pembelian dari konsumen, terdapat berbagai hal yang harus diperhatikan dalam membentuk keputusan pembelian itu sendiri dari harga, lokasi, maupun produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan berbagai variasi harga dan produk yang ditawarkan akan menjadi bahan pertimbangan untuk konsumen dalam menentukan produk yang akan mereka beli.

Sunyoto (2013: 89) menegaskan bahwa pengambilan keputusan adalah proses kognitif yang mengintegrasikan memori, penalaran, pemrosesan informasi, dan penilaian evaluatif. Sedangkan Sudaryono (2016:99) mendefinisikan keputusan sebagai pilihan antara dua atau lebih tindakan yang berbeda. Dengan kata lain, individu yang membuat pilihan harus hanya memiliki satu pilihan dari sejumlah kemungkinan pilihan. Sementara itu, Dharmaseta dan Handoko (2016: 99) menegaskan bahwa aktivitas pembelian yang tampak hanyalah sebuah tahapan dalam keseluruhan proses perilaku konsumen. Proses pembelian dibagi menjadi beberapa tahapan yang dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan keinginan dan berlanjut hingga pembelian dilakukan..

Selain itu, Nitisusastro (2013: 195) menegaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses interaksi antara sikap emosional, sikap kognitif, sikap perilaku, dan elemen lingkungan yang dengannya manusia

berinteraksi dalam semua bidang kehidupan.

Berdasarkan beberapa sudut pandang ahli yang dikutip di atas, peneliti menemukan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil oleh pelanggan untuk memutuskan apakah akan membeli atau tidak membeli produk yang diberikan dan untuk menganalisis berbagai aspek dari penawaran..

2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Dharmaseta dan Handoko (2016:102), struktur komponen-komponen di dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut.

1. Keputusan tentang jenis produk.
Konsumen dapat membuat keputusan pembelian. Dalam hal ini, bisnis harus mengarahkan upayanya kepada individu yang sedang mempertimbangkan untuk membeli produk dan opsi lainnya.
2. Keputusan tentang bentuk produk
Pilihan ini berkaitan dengan ukuran, kualitas, dan gaya item. Dalam hal ini, bisnis harus melakukan riset pemasaran untuk memastikan preferensi konsumen mengenai produk untuk memaksimalkan daya tarik merek.
3. Keputusan tentang merek
Konsumen harus melakukan pilihan pembelian. Setiap merek adalah unik. Dalam skenario ini, bisnis harus memahami bagaimana konsumen memilih merek.
4. Keputusan tentang penjualnya
Konsumen harus memutuskan di mana memperoleh barang dagangan.

Produsen, distributor, dan pengecer tidak menyadari bagaimana konsumen memilih pemasok tertentu dalam skenario ini.

5. Keputusan tentang jumlah produk

Konsumen dapat memilih berapa banyak barang yang akan dibeli dalam satu waktu. Dalam hal ini, bisnis harus menyiapkan berbagai produk dalam menanggapi berbagai keinginan pembeli.

6. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen memiliki kemampuan untuk memilih kapan akan melakukan pembelian. Masalah ini akan berurusan dengan keberadaan uang. Akibatnya, bisnis harus memahami elemen yang mendorong keputusan pembelian konsumen.

7. Keputusan tentang cara pembayaran.

Consumers must choose the method or mode of payment for the product they wish to purchase. These choices will have an effect on the seller and the quantity to purchase. In this instance, the business must ascertain the buyer's preferred form of payment.

2.1.2 Teori Harga

2.1.2.1 Pengertian Harga

Harga sebagai nilai yang ditukarkan oleh konsumen kepada penjual sebagai nilai dari produk atau jasa yang dijual. Penentuan harga akan menjadi penilaian bagi konsumen sebelum melakukan pembelian produk.

Menurut Herlambang (2014: 47), harga merupakan salah satu aspek dari bauran pemasaran yang fleksibel karena merupakan satu-satunya faktor yang menghasilkan uang dari penjualan. Suatu hari, harga akan stabil pada titik waktu tertentu, tetapi juga bisa naik atau turun secara instan.

Menurut Kurniawan (2014:34), harga adalah nilai tukar yang dinyatakan dalam satuan moneter untuk barang atau jasa yang dikeluarkan oleh individu atau organisasi pada waktu dan lokasi tertentu.

Sementara itu, Tjiptono (2015:151) mendefinisikan harga sebagai satuan moneter atau satuan hitung lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang diperjualbelikan dengan imbalan kepemilikan atau penggunaan suatu benda atau jasa.

Sementara itu, Assauri (2014: 223) menegaskan bahwa harga merupakan satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan komponen lainnya murni merupakan komponen biaya.

Peneliti menemukan, berdasarkan beberapa pandangan ahli di atas, bahwa harga adalah suatu satuan dan unsur yang dialihkan untuk memperoleh kepemilikan atas suatu barang atau jasa. Harga akan sesuai dengan harga eceran produk yang dijual oleh bisnis..

2.1.2.2 Indikator Harga

Menurut Wulandari dalam Indrasari (2019:43), menjelaskan terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur harga yaitu sebagai berikut.

1. Harga sesuai dengan kualitas produk
Penilaian harga disesuaikan dengan kualitas produk. Jika berkualitas tinggi maka akan memiliki harga yang lebih mahal dan sebaliknya jika berkualitas rendah akan memiliki harga lebih murah.
2. Perbandingan harga
Perhitungan harga disesuaikan dengan produk sejenis agar mampu bersaing.
3. Harga terjangkau oleh konsumen
Harga yang ditawarkan mampu bersaing dan menarik minat konsumen untuk membeli.
4. Harga sesuai dengan harapan konsumen
Harga yang diberikan menyesuaikan dengan harapan konsumen.

2.1.3 Teori Kelengkapan Produk

2.1.3.1 Pengertian Kelengkapan Produk

Produk adalah suatu komponen dari objek yang dipasok kepada konsumen dalam upaya memuaskan keinginannya. Konsumen akan memeriksa penampilan fisik barang, kemasannya, dan kegunaannya saat mengambil keputusan pembelian.

Menurut Kurniawan dan Krismonita (2020:147), kelengkapan produk mengacu pada luas, kedalaman, dan kualitas produk yang ditawarkan, serta ketersediaan produk setiap saat di toko.

Menurut Putri (2017: 19), produk adalah segala sesuatu (termasuk barang fisik, jasa, tempat, organisasi, ide, atau individu) yang dapat atau dapat ditawarkan oleh produsen agar pasar meminta, mencari, membeli, menggunakan, atau konsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Susanto (2021:60) menegaskan bahwa sementara banyak orang percaya bahwa suatu produk adalah penawaran yang nyata, produk yang sebenarnya mungkin jauh lebih banyak. Setiap barang yang dapat dijual ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen dianggap sebagai produk.

Kotler dan Armstrong (2012:266) menegaskan bahwa produk merupakan komponen penting dari total penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan mengembangkan penawaran yang menambah nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi kemampuan perusahaan untuk mengembangkan koneksi klien yang sukses.

Susanti (2021:142) mendefinisikan kelengkapan produk sebagai “kedalaman, keluasan, dan kualitas produk yang disajikan, serta ketersediaannya setiap saat di toko”. Menawarkan rangkaian produk yang beragam tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan mempersepsikan suatu produk berdasarkan fitur-fiturnya, atau atribut produk.

Sedangkan Amanah (2019:4) mendefinisikan kelengkapan produk sebagai keluasan, kedalaman, dan kualitas produk yang disajikan, serta ketersediaannya setiap saat di toko..

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas peneliti menyimpulkan bahwa kelengkapan produk merupakan ketersediaan produk dalam hal variasi, merek maupun harga yang ditawarkan kepada konsumen dalam rangka memberi pilihan kepada konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli.

2.1.3.2 Indikator Kelengkapan Produk

Menurut Kurniawan dan Krismonita (2020:147). komponen yang paling kritis adalah menentukan keberagaman produk dagangan yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Maka ritel dapat melakukan beberapa pilihan dalam indikator berikut:

1. Variasi

Variasi mengacu pada jumlah kategori produk berbeda yang ditemukan di dalam toko atau departemen. Toko yang menjual berbagai produk mungkin dianggap memiliki tingkat keleluasaan yang tinggi. Istilah "jenggot" dan "varietas" dapat dipertukarkan ketika mengacu pada kemampuan beradaptasi barang dagangan..

2. Keberagaman

Diversifikasi (assortment) mengacu pada adanya berbagai produk dalam suatu kategori. Toko-toko yang menawarkan pilihan yang beragam bisa dikatakan memiliki kedalaman, yang juga bisa dimanfaatkan untuk saling menggantikan.

3. Ketersediaan produk

Dapat didefinisikan sebagai proporsi permintaan untuk jenis produk tertentu yang memuaskan. Istilah n_{produk} juga dapat merujuk pada tingkat bantuan atau layanan.

2.1.4 Teori Lokasi

2.1.4.1 Pengertian Lokasi

Lokasi adalah area yang dimiliki untuk mengakses calon pelanggan. Dengan penempatan yang strategis, pembeli akan mudah mengakses lokasi penjual dan membeli produk.

Menurut Puspa (2017:209), lokasi mengacu pada tempat kantor pusat dan operasional perusahaan. Lokasi sangat penting saat membuat keputusan pembelian, karena merupakan faktor yang memengaruhi kesuksesan bisnis melalui pemilihan lokasi yang strategis.

Menurut Swastha dalam Rantnasari (2016:4), lokasi mengacu pada lokasi fisik suatu usaha atau kegiatan usaha. Aspek penting dalam pertumbuhan bisnis adalah penempatan lokasi di wilayah metropolitan, rute yang ditempuh untuk sampai ke sana, dan waktu tempuh antara lokasi dan tujuan.

Sedangkan Tobing dan Sihombing (2016:150) menyatakan bahwa lokasi merupakan salah satu kegiatan awal yang harus diselesaikan sebelum suatu usaha dapat mulai beroperasi. Pemilihan lokasi yang optimal berdampak pada kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen. Sebuah bisnis yang ingin memotong biaya harus berusaha untuk menemukan lokasi yang paling hemat biaya. Bisnis yang menjual komoditas mereka harus mendekati konsumen yang membutuhkannya; semakin dekat suatu bisnis dengan konsumen, semakin besar

kemungkinan konsumen akan membeli barang yang mereka butuhkan dari lokasi perusahaan.

Menurut Kasmir dalam Rofiq dan Hufron (2018: 155), lokasi bukan hanya tempat bisnis dapat melayani pelanggannya; itu juga dapat dianggap sebagai tempat di mana bisnis dapat menampilkan barang-barang mereka. Konsumen dapat melihat langsung barang yang dijual, meliputi jenis, jumlah, dan harganya. Alhasil, konsumen bisa lebih leluasa memilih dan bertransaksi atas produk yang ditawarkan secara langsung.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas peneliti menyimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen yang akan datang membeli produk.

2.1.4.2 Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2015:15) dalam Gustiani (2019), yaitu sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic). Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse bying.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang, merupakan salah satu point dalam periklanan.

4. Lingkungan, adalah keadaan lingkungan merupakan titik pemasangan iklan meliputi, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan lingkungan.
5. Kriteria adalah titik lokasi merupakan titik yang pas, strategis dan bagus prospek nya untuk suatu pemasangan media iklan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam mendukung penelitian ini, peneliti akan mereferensi beberapa penelitian terdahulu, yang akan digunakan untuk mendukung penelitian dalam melakukan penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

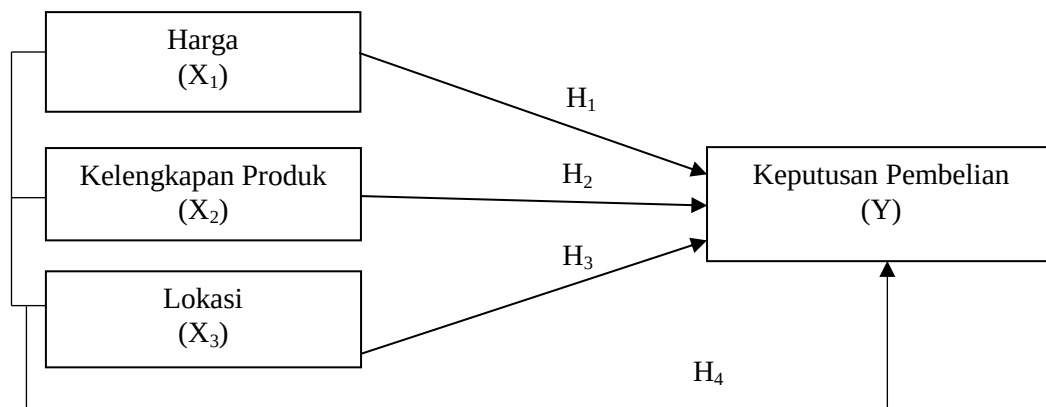
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Murni dan Rahmanto (2018) Ensiklopedia of Journal E-ISSN 2654-8399 Sumatera Barat	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja Konsumen Di Mini Market Sinar Jaya	Independen $X_1 =$ Kelengkapan Produk $X_2 =$ Pelayanan Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2	Nurlia (2020) Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi E-ISSN: 2715-1883 Sukabumi	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Sukabumi	Independen $X =$ Lokasi Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3	Iis Noviyanti, Denok Sunarsi, Hadion Wijoyo (2021) <i>Journal of Economic Management,</i>	Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh	Independen $X_1 =$ Harga $X_2 =$ Lokasi Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

	<i>Accounting and Technology</i> e-ISSN : 2622-8122 Cipondoh			
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4	Ni Kadek Dewi Susanti Putu Herny Susanti Gusti Alit Suputra (2021) Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Pebruari 2021, Vol. 1 (No. 1): Hal 144-163 e-ISSN Badung	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung	Independen $X_1 = \text{Lokasi}$ $X_2 = \text{Kelengkapan Produk}$ $X_3 = \text{Kualitas Pelayanan}$ Dependen $Y = \text{Keputusan Pembelian}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
5	Rois Aminullah, Akhmad Suharto, Tatit Diansari (2018) Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 2 Desember 2018 e- ISSN: 2460-9471 Jember	Pengaruh Harga Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Putra Motor Desa Batuurip Kecamatan Sumberbaru - Jember	Independen $X_1 = \text{Lokasi}$ $X_2 = \text{Kelengkapan Produk}$ Dependen $Y = \text{Keputusan Pembelian}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan kelengkapan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menetapkan hubungan antara teori atau konsep yang mendasari penelitian dan berfungsi sebagai panduan untuk mengembangkan penelitian yang sistematis. Kerangka konseptual berfungsi sebagai panduan bagi para peneliti ketika mereka mencoba untuk menjelaskan teori-teori yang mereka gunakan dalam penelitian mereka secara metodis.

Kerangka konseptual berikut akan memandu penelitian:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diajukan, dan jawaban itu masih akan diuji secara empiris kebenarannya. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H1: Terdapat adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya
- H2: Terdapat adanya pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya
- H3: Terdapat adanya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya
- H4: Terdapat adanya pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Tetap Surya

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Tetap Surya beralamat di Jalan Kartini No 288 Kisaran, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai dari Februari 2022 sampai dengan Juni 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Bentuk penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena mengikuti alur yang logis dan teratur. Menurut Sugiyono (2012:8), pendekatan kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu metode penelitian berdasarkan positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, dan analisis data kuantitatif/statistik dengan tujuan pengujian yang ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Sanusi (2011:104), data diklasifikasikan menjadi dua macam dan sumber: data utama dan data sekunder. Data primer adalah data yang awalnya

direkam dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak ketiga. Sumber data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data ini bersumber dari melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Pada penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Toko Tetap Surya yang pernah melakukan pembelian pada periode 2017 sampai dengan 2021.

2. Data Sekunder

Data yang sudah diolah berupa profil perusahaan, struktur organisasi dan data yang diperoleh dari data penjualan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:80), populasi adalah istilah yang merujuk pada sekelompok objek/subyek yang telah diberi ciri dan ciri tertentu oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulannya. Demografi yang dikaji dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan tetap dan konsumen yang melakukan pembelian dari Toko Tetap Surya antara tahun 2017 hingga 2021 yang jumlahnya tidak pasti.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan menggunakan accidental sampling. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), dalam rancangan pengambilan sampel yang nonprobabilitas, unsur-unsur dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat pada pemilihannya sebagai subjek sampel. Menurut Hair et al (2017), jumlah minimum sampel yang sebaiknya adalah 10 kali dari jumlah seluruh panah variabel laten pada model jalur atau 10 kali dari jumlah indikator.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang diturunkan dari fitur atau entitas yang dapat diamati. Definisi operasional ini adalah salah satu yang dinyatakan dalam istilah operasional agar variabel dapat dikuantifikasi. Daftar berikut berisi beberapa definisi operasional untuk variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Harga	Harga adalah satu nilai tukar untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang dikeluarkan oleh seorang ataupun kelompok pada waktu dan tempat tertentu yang dinyatakan dalam satuan moneter	1. Harga sesuai dengan kualitas produk 2. Perbandingan harga 3. Harga terjangkau oleh konsumen 4. Harga sesuai dengan harapan konsumen	Skala <i>Likert</i>

	Kurniawan (2014:34)	Wulandari dalam Indrasari (2019:43)	
Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kelengkapan Produk	Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan. produk tersebut setiap saat ditoko Kurniawan dan Krismonita (2020:147)	1. Variasi 2. Keberagaman 3. Ketersediaan produk Kurniawan dan Krismonita (2020:147)	Skala <i>Likert</i>
Lokasi	Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi lokasi adalah salah satu yang paling penting dalam melakukan keputusan pembelian, karena lokasi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis, dengan memilih lokasi yang strategis Puspa (2017:209)	1. Akses 2. Visiabilitas 3. Lalu-lintas 4. Lingkungan Tjiptono (2015:15) dalam Gustiani (2019)	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian	kegiatan pembelian yang tampak hanyalah suatu tahap dari keseluruhan proses perilaku konsumen. Proses pembelian terdiri dari tahap-tahap yang dimulai dengan pengenalan terhadap kebutuhan dan keinginan serta tidak berhenti setelah pembelian dilakukan	1. Keputusan tentang jenis produk. 2. Keputusan tentang bentuk produk 3. Keputusan tentang merek 4. Keputusan tentang penjualnya 5. Keputusan tentang jumlah produk 6. Keputusan tentang waktu pembelian 7. Keputusan tentang cara pembayaran.	Skala <i>Likert</i>

	Dharmaseta dan Handoko (2016:99)	Dharmaseta dan Handoko (2016:102)	
--	----------------------------------	-----------------------------------	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2012: 194), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk memastikan masalah yang perlu diselidiki dan juga ketika peneliti ingin memperoleh informasi dari responden yang lebih dalam. - kedalaman dari ukuran sampel kecil.

2. Daftar pertanyaan (*Questionare*).

Menurut Sugiyono (2012: 199), kuesioner adalah strategi pengumpulan data yang melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden atau memberikan pernyataan tertulis. Dalam menentukan nilai jawaban digunakan skala likert sebagai skala ukur. Menurut Sugiyono (2012:132) skala likert adalah alat untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Tabel berikut merangkum spektrum tanggapan terhadap kuesioner.

Tabel 3.2
Skala Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju Sekali	5
Setuju Sekali	4
Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

3. Studi dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2012:402), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data perusahaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian seperti laporan penjualan, laporan kesesuaian pendidikan dengan jabatan, dan laporan kesalahan bekerja

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang dikumpulkan harus diperiksa keakuratan dan keandalannya agar keluaran pengolahan data lebih tepat dan akurat. Akibatnya, sangat penting untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen. Untuk menilai validitas dan reliabilitas kuesioner, akan dilakukan pretest terhadap 30 responden dari masyarakat umum yang diluar sampel penelitian konsumen Toko Tetap Surya.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2013: 19), validitas adalah istilah yang mengacu pada derajat validitas suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid memiliki tingkat validitas yang rendah.

Menurut Priyatno (2013: 19), validitas item digunakan untuk mengetahui ketepatan atau ketepatan dengan mana suatu item mengukur objek yang diukur. Untuk menilai apakah suatu item layak untuk digunakan atau tidak, koefisien

korelasi diuji signifikansinya pada tingkat signifikansi 0,05, yang menyiratkan bahwa suatu item dianggap valid jika memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total item tersebut. Menurut Priyatno (2013: 19), penilaian langsung terhadap koefisien korelasi dapat dilakukan dengan membandingkannya dengan nilai korelasi minimal 0,30, dan semua item dengan koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang baik. Skor total dihitung dengan menjumlahkan skor semua item pada satu variabel. Kemudian dilakukan uji signifikansi dengan menggunakan kriteria dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan menggunakan uji dua sisi. Jika nilainya positif dan r hitung > r tabel, maka item tersebut dapat dinyatakan valid; jika tidak, r hitung < r tabel menyatakan item tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2013:30), suatu alat ukur dikatakan andal jika alat tersebut secara konsisten menghasilkan hasil yang sama pada saat mengukur gejala yang sama pada waktu yang berbeda. Akibatnya, alat yang dapat dipercaya secara konstan menghasilkan ukuran hasil yang sama. Cronbach's Alpha adalah tes reliabilitas yang sering digunakan..

Menurut Priyatno (2013:30) pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsisten. Model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 160-161), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Ada dua metode untuk menentukan apakah residu terdistribusi secara teratur atau tidak: analisis grafis dan uji statistik. Cara yang dapat diandalkan adalah dengan memeriksa plot probabilitas normal, yang membandingkan distribusi kumulatif data aktual dengan distribusi kumulatif distribusi normal. Distribusi normal menghasilkan garis diagonal yang lurus, dan menunjukkan data residual memungkinkan untuk dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonal.

Pada prinsipnya, normalitas dapat ditentukan dengan memeriksa dispersi data (titik) sepanjang sumbu diagonal grafik atau dengan memeriksa histogram residual. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Priyatno (2013:38), uji normalitas dengan metode *One Kolmogrov Smirnov* kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menentukan apakah beberapa atau semua variabel bebas memiliki hubungan linier yang sempurna. Menurut Ghazali (2013: 105), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang layak.

Menurut Ghazali (2013: 105), multikolinieritas juga dapat diamati dengan cara sebagai berikut: (1) nilai Toleransi dan lawannya; dan (2) faktor inflasi varians (VIF). Toleransi mengkuantifikasi variabilitas variabel independen yang tidak diperhitungkan oleh variabel independen lainnya. Akibatnya, nilai toleransi yang rendah sesuai dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$).

Parameter cutoff yang umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai Tolerance kurang dari atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Jika variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, tidak ada multikolinearitas antara independen variabel dalam model regresi.

3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual dua pengamatan dalam suatu model regresi. Jika varians residual antara dua pengamatan tetap konstan, ini disebut sebagai homoskedastisitas; jika berubah, ini disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang layak adalah homoskedastisitas atau tidak mengandung heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2013:139), dalam menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas, ada banyak cara yang dapat digunakan. Yang paling sederhana adalah dengan memeriksa plot grafik antara nilai prediksi variabel dependen, ZPRED, dan nilai residual variabel dependen, SRESID. Grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y mewakili prediksi Y dan sumbu X mewakili residual terdidik, dapat digunakan untuk menilai apakah heteroskedastisitas ada atau tidak (prediksi Y Y benar).

Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012:277), analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan peneliti untuk meramalkan bagaimana kondisi variabel terikat (naik turunnya) akan berubah ketika dua atau lebih variabel bebas diubah sebagai faktor prediktor (kenaikan nilai). Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini (regresi berganda). Tabel berikut merangkum analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan : Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
 X_1 = Harga (*independent variabel*)
 X_2 = Kelengkapan produk (*independent variabel*)
 X_3 = Lokasi (*independent variabel*)
 a = konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien untuk variabel X_1, X_2 dan X_3
 e = persentase kesalahan (5%)

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013: 98), uji t statistik pada dasarnya menentukan sejauh mana satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

ketika semua variabel lainnya dianggap konstan. Tes ini menggunakan ambang signifikansi 0,05 dan desain dua sisi, dengan syarat :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- b. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013:98), uji statistik F menentukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Tes ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05. Bentuk pemeriksaannya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013: 97), Koefisien determinasi (R^2) "pada dasarnya mengevaluasi kapasitas model untuk memperhitungkan perubahan dalam variabel dependen," Menurut American Statistical Association. R^2 mewakili nilai koefisien determinasi, yang berkisar dari nol hingga satu. Karena nilai R^2 yang rendah, jelaslah bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen cukup terbatas. Satu atau lebih titik di dekat satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan varians variabel dependen. Nilai Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah dimodifikasi; nilai ini selalu lebih kecil dari R Square dan bahkan mungkin negatif dalam kasus-kasus tertentu. Ketika ada lebih dari dua

variabel bebas dalam suatu regresi, koefisien determinasi dimodifikasi untuk variabel bebas kedua.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Toko Tetap Surya

Toko Tetap Surya beralamat di Jalan Kartini No 288 Kisaran, Sumatera Utara, didirikan oleh Bapak Wilian sebagai pemilik dan sudah berdiri selama 20 tahun dan dijalankan sebagai bisnis keluarga sebagai toko yang bergerak di bidang penjualan grosir dengan produk kebutuhan sehari-hari seperti beras, minyak, gula dan produk kebutuhan lainnya.

Toko Tetap Surya menawarkan berbagai produk dengan harga yang cukup bersaing pada dibandingkan toko pesaing lainnya. Di dalam memasarkan produk kebutuhan sehari-hari, pada umumnya pelanggan dari Toko Tetap Surya merupakan pelanggan yang membeli produk untuk dipergunakan kembali untuk kebutuhan sehari-hari. Toko Tetap Surya juga melayani pembelian dalam jumlah grosir untuk pelanggan yang akan menjual kembali dengan memberikan harga yang berbeda kepada pelanggan grosir.

Di dunia usaha yang selalu berkembang lengkap dengan segala faktor risikonya Sampurna selalu berkomitmen dalam efektifitas pelayanannya, hal ini di buktikan dengan terus melakukan inovasi dari setiap produk dan jasanya. Dengan jaringan yang luas, kualitas tim yang handal dan sikap profesionalisme yang tinggi, Toko Tetap Surya mampu memberikan pelayanan jasa yang konsisten dan bernilai tambah demi tercapainya tujuan. Sehingga Sampurna

memiliki kemampuan untuk terus berkembang dan dapat bersaing dalam menjalankan bisnisnya.

4.1.2 Visi dan Misi Toko Tetap Surya

Di dalam menjalankan kegiatan bisnis, Toko Tetap Surya mempunyai visi dan misi sebagai berikut.

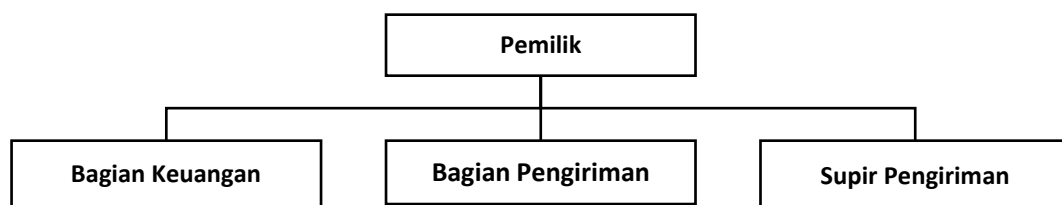
Visi Toko Tetap Surya

Menjadi salah satu toko dengan kebutuhan rumah tangga yang lengkap dan menawarkan harga yang murah kepada konsumen di daerah Kisaran dan sekitarnya

Misi Toko Tetap Surya

1. Menawarkan produk yang lengkap sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Terus menambah variasi produk dengan berbagai ukuran yang dijual dengan harga terjangkau.
3. Menyediakan berbagai produk grosir yang juga dapat dijual kembali oleh konsumen.

4.1.3 Struktur Organisasi Tetap Surya



Sumber: Toko Tetap Surya, (2022)

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Toko Tetap Surya

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Pada deskripsi responden menjelaskan tentang populasi yang diteliti dalam mencakup profil responden dari hasil pengolahan data dalam kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dari 180 sampel responden penelitian dari Toko Tetap Surya berdasarkan kriteria jenis kelamin, jumlah pembelian dan frekuensi membeli. Berikut adalah karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel 4.1 – 4.3 dibawah ini diantaranya:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Total	Jumlah (%)
1	18-30 tahun	85	47%
2	31-50 tahun	75	42%
3	Diatas 50 tahun	20	11%
	Total	180	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa usia 18-30 tahun sejumlah 85 orang atau 47%, 31-50 tahun sejumlah 75 orang (42%) dan diatas 50 tahun sebanyak 20 orang atau (11%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan pelanggan yang memiliki usia diantara 18-30 tahun.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pembelian

No	Jumlah Pembelian	Total	Jumlah (%)
1	1 item	34	19%
2	2-4 item	93	52%

3	Lebih dari 4 item	53	29%
	Total	180	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pembelian 1 item sebanyak 34 orang atau 19%, dari total responden, 2-4 item sebanyak 93 orang atau 52%, dari total responden dan lebih dari 4 item sebanyak 53 orang atau 29%, dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan jumlah pembelian yang melakukan pembelian adalah lebih dari 4 item sebanyak 53 orang.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Membeli	Total	Jumlah (%)
1	1-5 kali	70	39%
2	5-10 kali	77	43%
3	Lebih Dari 10 kali	33	18%
	Total	180	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian 1 kali – 5 kali adalah sebanyak 70 orang atau 39% dari total responden, sedangkan responden dengan frekuensi pembelian 5 kali sampai 10 kali adalah sebanyak 77 orang atau 43% dari total responden dan responden dengan frekuensi pembelian lebih dari 10 kali adalah sebanyak 33 orang atau 18% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen dengan frekuensi pembelian 5 kali – 10 kali.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2013:19), validitas adalah istilah yang mengacu pada derajat validitas suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid memiliki tingkat validitas yang rendah. Menurut Priyatno (2013: 19), penilaian langsung terhadap koefisien korelasi dapat dilakukan dengan membandingkannya dengan nilai korelasi minimal 0,30, dan semua item dengan koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang baik. Skor total dihitung dengan menjumlahkan skor semua item pada satu variabel.

Untuk Nilai rtabel dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.4 – 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Toko Tetap Surya menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan harga jual	0.700	0.361	Valid
2	Toko Tetap Surya menawarkan variasi harga menarik bagi pelanggan	0.747	0.361	Valid
3	Toko Tetap Surya memberikan harga yang sangat bersaing	0.891	0.361	Valid
4	Toko Tetap Surya menjual produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lain	0.859	0.361	Valid
5	Toko Tetap Surya menawarkan harga yang terjangkau	0.862	0.361	Valid

6	Toko Tetap Surya memberikan harga produk yang terbaik di pasaran	0.913	0.361	Valid
7	Toko Tetap Surya memberikan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen di pasaran	0.701	0.361	Valid
No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
8	Toko Tetap Surya menawarkan variasi harga yang mampu menarik minat konsumen	0.623	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel harga menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (X₂)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Toko Tetap Surya memiliki variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan anda	0.746	0.361	Valid
2	Anda selalu membeli semua kebutuhan produk anda di Toko Tetap Surya	0.769	0.361	Valid
3	Toko Tetap Surya memiliki kelengkapan produk yang sangat beragam	0.702	0.361	Valid
4	Toko Tetap Surya menyediakan berbagai pilihan produk kepada konsumen	0.750	0.361	Valid
5	Anda bisa membeli produk Toko Tetap Surya dalam satuan grosir	0.742	0.361	Valid
6	Toko Tetap Surya memiliki stok produk	0.668	0.361	Valid

	yang lengkap			
--	--------------	--	--	--

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kelengkapan produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₃)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Toko Tetap Surya memiliki lokasi yang mudah diakses	0.685	0.361	Valid
2	Lokasi Toko Tetap Surya dapat diakses menggunakan berbagai jenis transportasi yang tersedia	0.700	0.361	Valid
3	Lokasi Toko Tetap Surya mudah dicari oleh konsumen	0.643	0.361	Valid
4	Lokasi Toko Tetap Surya sangat mudah untuk dijangkau	0.681	0.361	Valid
5	Lokasi Toko Tetap Surya berada di jalan yang banyak dilalui oleh penduduk	0.664	0.361	Valid
6	Lokasi Toko Tetap Surya memiliki kepadatan lalu lintas yang ramai	0.615	0.361	Valid
7	Lokasi Toko Tetap Surya berada di lokasi yang dekat dengan pusat kota	0.586	0.361	Valid
8	Kehadiran Toko Tetap Surya sangat membantu anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari	0.771	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel lokasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total*

Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Toko Tetap Surya mampu memenuhi kebutuhan produk yang diminati oleh pelanggan	0.610	0.361	Valid
2	Toko Tetap Surya memberikan berbagai pilihan produk yang menarik kepada pelanggan	0.459	0.361	Valid
3	Toko Tetap Surya memberikan informasi yang lengkap tentang produk yang dijual	0.584	0.361	Valid
4	Toko Tetap Surya memiliki kelengkapan barang sehingga mempermudah pelanggan untuk berbelanja	0.638	0.361	Valid
5	Toko Tetap Surya memiliki produk dengan berbagai merek	0.450	0.361	Valid
6	Toko Tetap Surya menyediakan pilihan merek yang sesuai dengan keinginan anda	0.652	0.361	Valid
7	Toko Tetap Surya memberikan pelayanan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain	0.571	0.361	Valid
8	Toko Tetap Surya memiliki produk yang sesuai dengan kualitas dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian	0.536	0.361	Valid
9	Toko Tetap Surya selalu buka pada setiap hari di hari kerja	0.447	0.361	Valid
10	Toko Tetap Surya melayani konsumen dalam setiap waktu pembelian	0.713	0.361	Valid
11	Saya memiliki pengalaman yang baik dalam bertransaksi di Toko Tetap Surya	0.682	0.361	Valid
12	Saya akan merekomendasikan Toko Tetap Surya kepada kerabat saya	0.582	0.361	Valid
13	Toko Tetap Surya memberikan keringanan cara pembayaran	0.418	0.361	Valid

	kepada semua konsumen			
14	Toko Tetap Surya menyediakan berbagai macam metode pembayaran melalui cash, transfer maupun <i>e-money</i>	0.417	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel keputusan pembelain menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2013:30), suatu alat ukur dikatakan andal jika alat tersebut secara konsisten menghasilkan hasil yang sama pada saat mengukur gejala yang sama pada waktu yang berbeda. Akibatnya, alat yang dapat dipercaya secara konstan menghasilkan ukuran hasil yang sama. Cronbach's Alpha adalah tes reliabilitas yang sering digunakan.

Menurut Priyatno (2013:30) pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas variabel harga, kelengkapan produk, lokasi dan keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₁)

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	8

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.8 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel harga (X1) tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.913 diatas 0.6 sehingga dapat dikategorikan reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan baik.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan Produk (X₂)

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel kelengkapan produk (X2) tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.816 diatas 0.8 sehingga dapat dikategorikan reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan baik.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₃)

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	10

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.10 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel lokasi (X3) tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.864 diatas 0.8 sehingga dapat dikategorikan reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan baik.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	14

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.11 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.801 diatas 0.8 sehingga dapat dikategorikan reliabilitas variabel ini dapat dinyatakan baik.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

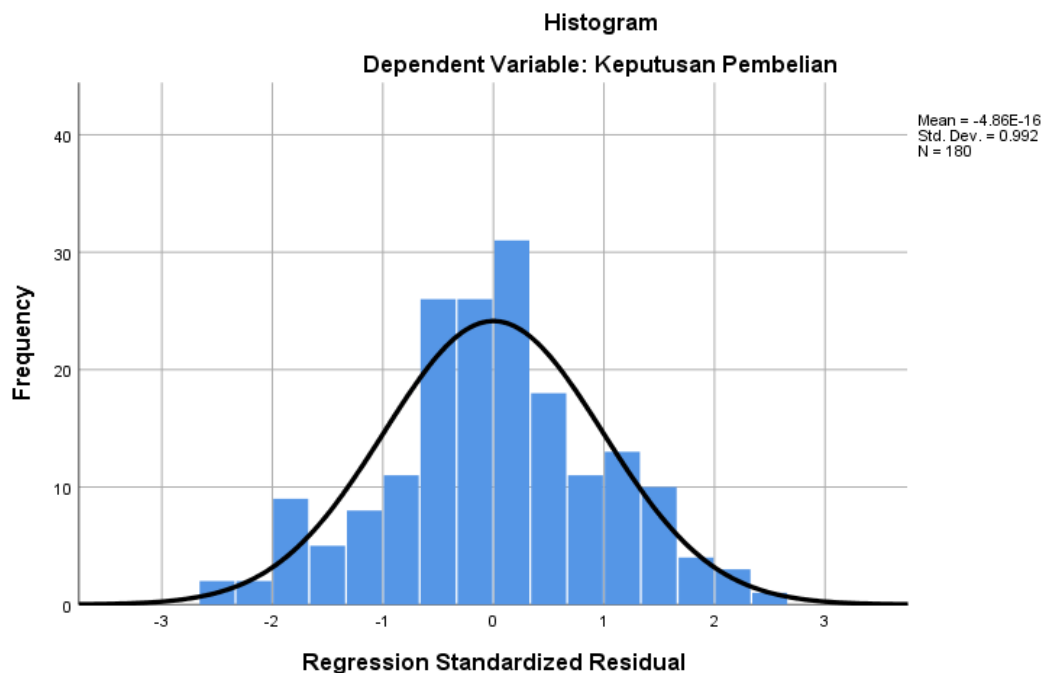
4.2.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 160-161), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal.

1. Pengujian Grafik

a. Grafik Histogram

Pada pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat berikut ini :



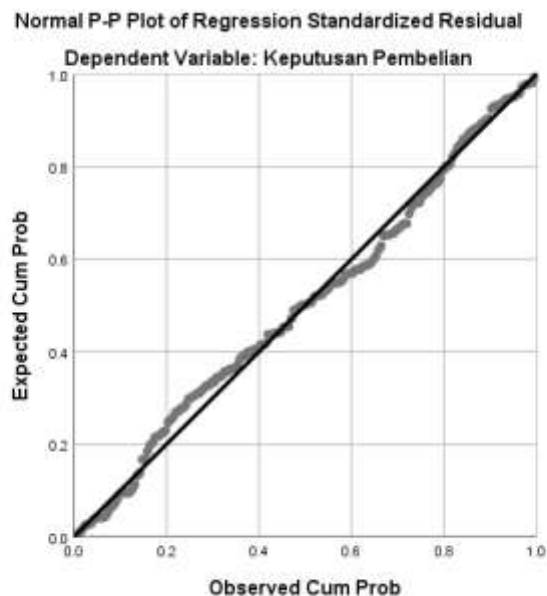
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Pada Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. Grafik Normal P-P Plot

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Pada Gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik berada pada garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Pengujian Statistik

Menurut Priyatno (2013:38), uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov* kriteria pengujiannya adalah:

3. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
4. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
One Sample Kolgomorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		180
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.71610439
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
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.		

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.200 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2013: 105), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang layak.

Menurut Ghazali (2013: 105), parameter cutoff yang umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai Tolerance kurang dari atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Jika variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, tidak ada multikolinearitas antara independen variabel dalam model regresi.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.924	1.082
	Kelengkapan Produk	.957	1.045
	Lokasi	.887	1.127

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

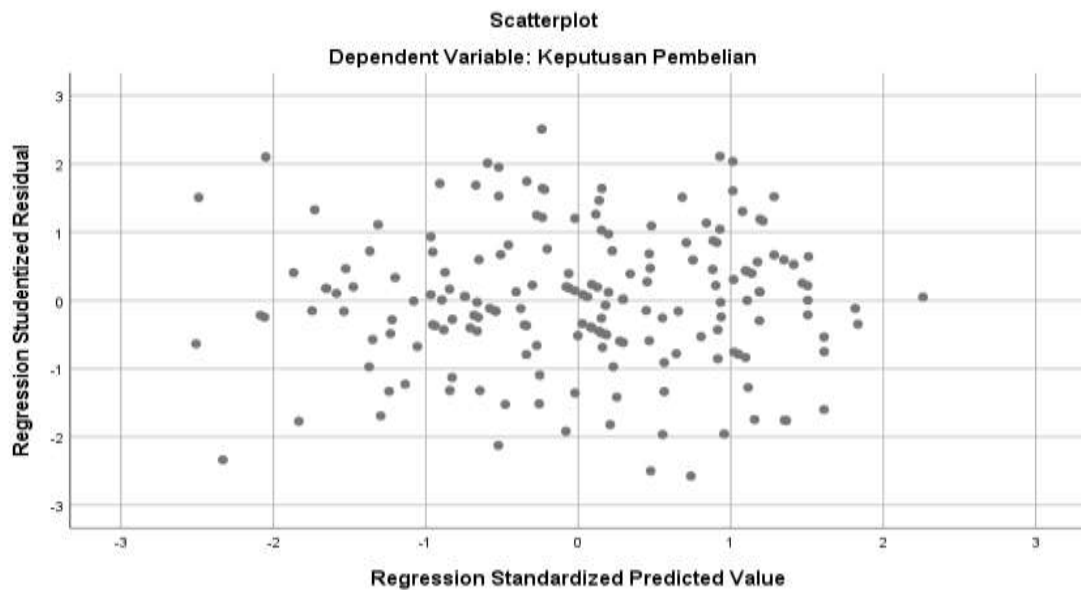
Pada Tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* variabel harga ($0.924 > 0.10$), kelengkapan produk ($0.957 > 0.10$) dan lokasi ($0.887 > 0.10$) dan nilai VIF ($1.082 < 10$), ($1.045 < 10$), ($1.127 < 10$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kelengkapan produk dan lokasi tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual dua pengamatan dalam suatu model regresi

Pada pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.4 di bawah ini :



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Pada Gambar 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012:277), analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan peneliti untuk meramalkan bagaimana kondisi variabel terikat (naik turunnya) akan berubah ketika dua atau lebih variabel bebas diubah sebagai faktor prediktor (kenaikan nilai).

Tabel berikut merangkum analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan : Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
 X_1 = Harga (*independent variabel*)
 X_2 = Kelengkapan produk (*independent variabel*)
 X_3 = Lokasi (*independent variabel*)
a = konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien untuk variabel X_1, X_2 dan X_3
e = persentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.053	2.890		2.787	.006
	Harga	.278	.070	.213	3.965	.000
	Kelengkapan Produk	.636	.080	.420	7.951	.000
	Lokasi	.571	.073	.431	7.851	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.14 diatas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 8.053 + 0.278 \text{ Harga} + 0.636 \text{ Kelengkapan Produk} + 0.571 \text{ Lokasi} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 8.053 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Harga, variabel (X_2) yaitu Kelengkapan Produk dan variabel (X_3) yaitu Lokasi bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 8.053.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0.278 menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.278. Artinya

setiap peningkatan Harga (X1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 27.8%.

3. Koefisien $X_2(b_2) = 0.636$ menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.636. Artinya setiap peningkatan Kelengkapan Produk (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 63.6%.
4. Koefisien $X_3(b_3) = 0.571$ menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.571. Artinya setiap peningkatan Lokasi (X3) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 57.1%.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013: 98), uji t statistik pada dasarnya menentukan sejauh mana satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen ketika semua variabel lainnya dianggap konstan. Tes ini menggunakan ambang signifikansi 0,05 dan desain dua sisi, dengan syarat :

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

$H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5 \%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

- H_0 Diterima apabila : $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- H_a Diterima apabila : $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - 2 = 180 - 2 = 178$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 176 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,974. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini :

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.053	2.890		2.787	.006
	Harga	.278	.070	.213	3.965	.000
	Kelengkapan Produk	.636	.080	.420	7.951	.000
	Lokasi	.571	.073	.431	7.851	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Tabel 4.15 diatas adalah hasil pengujian parsial, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

H1 : Adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya

Pada Harga (X1) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (3.965) > t_{tabel} (1.974)$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

H2 : Adanya pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya

Pada Kelengkapan Produk (X2) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (7.951) > t_{tabel} (1.974)$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

H3 : Adanya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya

Pada Lokasi (X3) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} (7.851) > t_{tabel} (1.974)$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2013:98), uji statistik F menentukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Tes

ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05. Bentuk pemeriksaannya sebagai berikut :

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

$H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Artinya Harga ; Kelengkapan Produk ; Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5 %. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
2. H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus: df (pembilang) = $k - 1 = 4 - 1 = 3$

df (penyebut) = $n - k = 180 - 3 = 177$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 177, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 2.66. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	4489.391	3	1496.464	66.154	.000 ^a
	Residual	3981.254	176	22.621		
	Total	8470.644	179			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga						

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

H4 : Adanya pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya

Pada Tabel 4.16 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (66.154) > F_{tabel} (2.66) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013: 97), Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengevaluasi kapasitas model untuk memperhitungkan perubahan dalam variabel dependen. R^2 mewakili nilai koefisien determinasi, yang berkisar dari nol hingga satu. Karena nilai R^2 yang rendah, jelaslah bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen cukup terbatas. Satu atau lebih titik di dekat satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan varians variabel dependen. Nilai Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah dimodifikasi; nilai ini selalu lebih kecil dari R Square dan bahkan mungkin negatif dalam kasus-kasus tertentu. Ketika ada lebih dari dua variabel bebas dalam suatu regresi, koefisien determinasi dimodifikasi untuk variabel bebas kedua. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.17
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.522	4.75613
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.522 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi sebesar 52.2% sedangkan sisanya 47.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, diskon, komunikasi dan berbagai variabel lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Berdasarkan variabel harga pada indikator metode harga berbasis permintaan, metode harga berbasis biaya, metode penetapan harga berbasis laba dan metode penetapan harga berbasis persaingan. Dengan hal ini dapat ditunjukkan bahwa pada hasil penelitian ini, harga yang ditawarkan oleh Toko Tetap Surya bervariasi dan terjangkau. Selain itu Toko Tetap Surya masih mampu dalam menawarkan kualitas produk yang baik dengan harga yang bersaing dan mampu untuk menjangkau kebutuhan pelanggan yang ada pada saat ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iis Noviyanti (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Berdasarkan variabel kelengkapan produk pada indikator variasi, keberagaman dan ketersediaan produk. Dengan hal ini dapat ditunjukkan bahwa pada hasil penelitian ini, Toko Tetap Surya mampu menawarkan produk yang bervariasi dan sangat beragam untuk kebutuhan pokok dan memiliki stok produk yang sesuai dengan permintaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Murni dan Rahmanto (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Berdasarkan variabel lokasi pada indikator akses, visiabilitas, lalu-lintas dan lingkungan, Dengan hal ini dapat ditunjukkan bahwa pada hasil penelitian ini, lokasi Toko Tetap Surya mudah dijangkau oleh pelanggan dari segi akses pada jalan, mudah ditemukan, berada pada jalan yang ramai dan memiliki lingkungan yang strategis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Dewi Susanti (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi memiliki nilai $F_{hitung} (66.154) > F_{tabel} (2,36)$ dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

Berdasarkan variabel keputusan pembelian pada indikator keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya. Dengan hal ini memperlihatkan bahwa konsumen di Toko Tetap Surya mempertimbangkan pada jenis produk, bentuk produk dan merek dari produk yang mereka beli dan juga mempertimbangkan Toko Tetap Surya sebagai tempat mereka membeli produk kebutuhan rumah tangga.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.522 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi sebesar 52.2% sedangkan sisanya 47.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, diskon, komunikasi dan berbagai variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rois Aminullah (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Harga, Lokasi dan Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iis Noviyanti (2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Lokasi (X3) tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Harga (X1) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar b_1 . Setiap peningkatan Kelengkapan Produk (X2) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar b_2 . Dan peningkatan Lokasi (X3) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar b_3 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.
4. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya

5. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.
6. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi apat menjelaskan keterkaitannya terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Toko Tetap Surya sebagai berikut :

1. Toko Tetap Surya harus menetapkan harga yang bersaing agar bisa meningkatkan keputusan pembelian dengan cara sebagai berikut:
 - a. Toko Tetap Surya dapat menjangkau kebutuhan seluruh konsumen yang berada di daerah Kisaran dan sekitarnya.
 - b. Toko Tetap Surya dapat Memberikan harga produk yang bersaing terhadap produk umum yang dibutuhkan seperti gula, beras, minyak agar konsumen tetap memilih produk yang dijual oleh Toko Tetap Surya.
2. Kelengkapan Produk pada Toko Tetap Surya perlu diperhatikan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Mempertahankan kelengkapan produk kebutuhan pokok yang sudah ada pada saat ini karena pelanggan dominan sering membeli semua kebutuhan pokok mereka di Toko Tetap Surya.

- b. Toko Tetap Surya memiliki jumlah stok produk yang lengkap dan sering dibeli oleh konsumen seperti gula, beras, minyak, kecap dan kebutuhan lainnya yang sering dibeli oleh konsumen..
- 3. Lokasi pada Toko Tetap Surya perlu diperhatikan mengenai :
 - a. Kehadiran Toko Tetap Surya saat ini sangat membantu konsumen di dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena dengan lokasi yang mudah dijangkau akan memudahkan akses kepada pembeli.
 - b. Lokasi Toko Tetap Surya memiliki kepadatan lalu lintas yang ramai dimana dapat ditambahkan seperti lampu neonbox yang menghadap ke pinggir jalan maupun spanduk yang besar agar konsumen mengetahui lokasi dari Toko Tetap Surya..

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian
 Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Toko Tetap Surya selain variabel Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi misalnya kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan berbagai variabel lainnya.
2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari konsumen pada Toko Tetap Surya. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh toko yang menjual produk grosir.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 180 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.

- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.

- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.

- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.

- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Lampiran 1: Kuesioner

PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO TETAP SURYA

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

- Jenis kelamin : () Pria
() Wanita
- Jumlah Pembelian : () 1 item
() 2 item – 4 item
() Lebih Dari 4 item
- Frekuensi Membeli : () 1 Kali – 5 Kali
() 5 Kali – 10 Kali
() Lebih Dari 10 kali

II. Petunjuk dalam pengisian kuesioner

Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda. Keterangan mengenai skor penilaian adalah:

- | | | |
|-----|-----------------------|----------|
| SS | = Sangat Setuju | = Skor 5 |
| S | = Setuju | = Skor 4 |
| RR | = Ragu-Ragu | = Skor 3 |
| TS | = Tidak Setuju | = Skor 2 |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | = Skor 1 |

Variabel Harga

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator : Harga sesuai dengan kualitas produk						
1	Toko Tetap Surya menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan harga jual					
2	Toko Tetap Surya menawarkan variasi harga menarik bagi pelanggan					
Indikator : Perbandingan harga						
3	Toko Tetap Surya memberikan harga yang sangat bersaing					
4	Toko Tetap Surya menjual produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lain					
Indikator : Harga terjangkau oleh konsumen						
5	Toko Tetap Surya menawarkan harga yang terjangkau					
6	Toko Tetap Surya memberikan harga produk yang terbaik di pasaran					
Indikator : Harga sesuai dengan harapan konsumen						
7	Toko Tetap Surya memberikan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen di pasaran					
8	Toko Tetap Surya menawarkan variasi harga yang mampu menarik minat konsumen					

Variabel Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator : Variasi						
1	Toko Tetap Surya memiliki variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan anda					
2	Anda selalu membeli semua kebutuhan produk anda di Toko Tetap Surya					
Indikator : Keberagaman						
3	Toko Tetap Surya memiliki kelengkapan produk yang sangat beragam					
4	Toko Tetap Surya menyediakan berbagai pilihan produk kepada konsumen					
Indikator : Ketersediaan produk						
5	Anda bisa membeli produk Toko Tetap Surya dalam satuan grosir					
6	Toko Tetap Surya memiliki stok produk yang lengkap					

Variabel Lokasi

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator : Akses						
1	Toko Tetap Surya memiliki lokasi yang mudah diakses					
2	Lokasi Toko Tetap Surya dapat diakses menggunakan berbagai jenis transportasi yang tersedia					
Indikator : Visiabilitas						
3	Lokasi Toko Tetap Surya mudah dicari oleh konsumen					
4	Lokasi Toko Tetap Surya sangat mudah untuk dijangkau					
Indikator : Lalu-lintas						
5	Lokasi Toko Tetap Surya berada di jalan yang banyak dilalui oleh penduduk					
6	Lokasi Toko Tetap Surya memiliki kepadatan lalu lintas yang ramai					
Indikator : Lingkungan						
7	Lokasi Toko Tetap Surya berada di lokasi yang dekat dengan pusat kota					
8	Kehadiran Toko Tetap Surya sangat membantu anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator : Keputusan tentang jenis produk						
1	Toko Tetap Surya mampu memenuhi kebutuhan produk yang diminati oleh pelanggan					
2	Toko Tetap Surya memberikan berbagai pilihan produk yang menarik kepada pelanggan					
Indikator : Keputusan tentang bentuk produk						
3	Toko Tetap Surya memberikan informasi yang lengkap tentang produk yang dijual					
4	Toko Tetap Surya memiliki kelengkapan barang sehingga mempermudah pelanggan untuk berbelanja					
Indikator : Keputusan tentang merek						
5	Toko Tetap Surya memiliki produk dengan berbagai merek					
6	Toko Tetap Surya menyediakan pilihan merek yang sesuai dengan keinginan anda					
Indikator : Keputusan tentang penjualnya						
7	Toko Tetap Surya memberikan pelayanan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain					
8	Toko Tetap Surya memiliki produk yang sesuai dengan kualitas dan harga yang mempengaruhi					

	keputusan pembelian					
Indikator : Keputusan tentang jumlah produk						
9	Toko Tetap Surya selalu buka pada setiap hari di hari kerja					
10	Toko Tetap Surya melayani konsumen dalam setiap waktu pembelian					
Indikator : Keputusan tentang waktu pembelian						
11	Saya memiliki pengalaman yang baik dalam bertransaksi di Toko Tetap Surya					
12	Saya akan merekomendasikan Toko Tetap Surya kepada kerabat saya					
Indikator : Keputusan tentang cara pembayaran.						
13	Toko Tetap Surya memberikan keringanan cara pembayaran kepada semua konsumen					
14	Toko Tetap Surya menyediakan berbagai macam metode pembayaran melalui cash, transfer maupun <i>e-money</i>					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas

No.	Harga								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	3	5	5	5	5	5	5	38
2	5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	5	5	5	3	2	3	3	5	31
4	3	2	3	4	4	4	4	4	28
5	2	2	2	2	5	5	5	5	28
6	5	4	4	4	3	3	3	1	27
7	5	5	5	4	3	3	1	1	27
8	5	3	3	3	1	1	1	1	18
9	1	2	2	4	2	2	1	1	15
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	5	5	5	3	5	38
12	5	5	5	5	4	5	5	5	39
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	3	5	5	5	38
15	3	2	2	2	1	1	5	1	17
16	3	5	2	2	1	1	1	1	16
17	4	2	1	1	1	2	3	4	18
18	4	5	5	4	3	3	3	3	30
19	4	3	4	1	2	3	2	2	21
20	2	1	1	3	2	3	2	2	16
21	2	2	1	1	1	1	2	1	11
22	2	2	1	1	1	1	3	4	15
23	2	1	1	1	2	1	2	1	11
24	5	1	1	3	1	1	4	4	20
25	4	3	1	1	1	1	4	5	20
26	3	3	3	3	4	4	4	4	28
27	1	2	2	2	2	3	4	4	20
28	3	3	1	1	1	1	1	4	15
29	3	1	1	1	1	1	1	3	12
30	2	2	1	1	1	1	1	4	13

No.	Kelengkapan Produk						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	3	3	2	3	17
2	4	3	4	4	3	4	22
3	3	3	4	4	4	4	22
4	3	4	3	3	4	3	20
5	4	4	4	5	5	4	26
6	4	5	4	4	4	4	25
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	4	4	3	3	3	21
9	4	4	4	4	5	4	25
10	5	5	4	5	4	5	28
11	4	4	4	4	5	5	26
12	5	4	5	4	5	4	27
13	4	5	5	4	5	3	26
14	4	5	4	4	5	3	25
15	4	4	5	4	5	4	26
16	3	4	5	4	5	3	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	2	3	21
19	4	4	4	3	5	3	23
20	4	4	4	5	4	5	26
21	3	3	4	3	3	4	20
22	4	5	4	4	5	5	27
23	4	4	3	3	4	3	21
24	5	4	5	4	4	4	26
25	4	3	4	4	3	4	22
26	4	4	3	4	3	4	22
27	2	2	3	3	2	2	14
28	5	4	5	4	4	4	26
29	4	5	5	5	4	5	28
30	5	5	5	4	4	3	26

No.	Lokasi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	40
2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	34
4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33
5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	5	43
6	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41
7	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
8	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	35
9	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
10	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
11	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
12	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
13	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	44
14	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	42
15	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
16	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	41
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	35
19	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	38
20	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
21	3	3	4	3	3	4	5	3	4	3	35
22	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
23	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	35
24	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
25	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
26	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36
27	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	25
28	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
29	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
30	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	44

No.	Keputusan Pembelian														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	5	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	52
2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	51
3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	46
4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	1	42
5	4	3	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	57
6	4	5	3	2	4	4	4	5	1	4	4	4	5	3	52
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	55
8	4	4	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	45
9	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	57
10	5	5	4	5	4	5	4	5	2	5	5	5	2	4	60
11	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	60
12	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	61
13	4	1	5	4	5	3	4	5	5	4	4	3	1	5	53
14	4	5	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	5	4	54
15	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	57
16	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	57
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
18	4	4	4	4	2	3	2	1	4	4	4	3	2	4	45
19	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	2	4	50
20	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	61
21	3	3	4	3	3	4	5	3	4	3	3	4	3	4	49
22	4	5	1	4	5	5	5	1	4	4	4	5	5	1	53
23	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	48
24	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	58
25	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	52
26	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	49
27	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	34
28	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	2	55
29	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
30	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	5	5	61

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Harga (X₁)

Correlations										
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.675**	.720**	.597**	.383*	.434*	0.344	0.319	.700**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.001	0.036	0.017	0.062	0.086	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.675**	1	.842**	.644**	.495**	.554**	0.248	0.274	.747**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.005	0.001	0.187	0.143	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.720**	.842**	1	.828**	.727**	.779**	.419*	0.303	.891**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.021	0.104	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.597**	.644**	.828**	1	.765**	.785**	.485**	0.304	.859**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.007	0.102	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.383*	.495**	.727**	.765**	1	.935**	.608**	.490**	.862**
	Sig. (2-tailed)	0.036	0.005	0.000	0.000		0.000	0.000	0.006	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.434*	.554**	.779**	.785**	.935**	1	.661**	.572**	.913**
	Sig. (2-tailed)	0.017	0.001	0.000	0.000	0.000		0.000	0.001	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	0.344	0.248	.419*	.485**	.608**	.661**	1	.639**	.701**
	Sig. (2-tailed)	0.062	0.187	0.021	0.007	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	0.319	0.274	0.303	0.304	.490**	.572**	.639**	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	0.086	0.143	0.104	0.102	0.006	0.001	0.000		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.700**	.747**	.891**	.859**	.862**	.913**	.701**	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.913	8

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Kelengkapan Produk (X₂)

		Correlations						
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.582**	.515**	.466**	0.347	.420*	.746**
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.004	0.009	0.060	0.021	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.582**	1	.421*	.459*	.578**	0.300	.769**
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.021	0.011	0.001	0.107	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.515**	.421*	1	.455*	.492**	0.249	.702**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.021		0.012	0.006	0.184	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.466**	.459*	.455*	1	0.347	.682**	.750**
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.011	0.012		0.060	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	0.347	.578**	.492**	0.347	1	0.313	.742**
	Sig. (2-tailed)	0.060	0.001	0.006	0.060		0.093	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.420*	0.300	0.249	.682**	0.313	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	0.021	0.107	0.184	0.000	0.093		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.746**	.769**	.702**	.750**	.742**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kelengkapan Produk (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.816	6

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X₃)

Correlations												
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.517**	.452*	0.324	0.211	0.325	0.258	.517**	.506**	.577**	.685**
	Sig. (2-tailed)		0.003	0.012	0.081	0.263	0.080	0.168	0.003	0.004	0.001	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.517**	1	.375*	0.306	.459*	0.240	0.250	.826**	0.358	0.347	.700**
	Sig. (2-tailed)	0.003		0.041	0.100	0.011	0.202	0.183	0.000	0.052	0.060	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.452*	.375*	1	0.306	0.357	0.180	0.250	0.254	.860**	0.347	.643**
	Sig. (2-tailed)	0.012	0.041		0.100	0.053	0.341	0.183	0.175	0.000	0.060	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	0.324	0.306	0.306	1	0.312	.682**	0.153	.497**	.394*	.756**	.681**
	Sig. (2-tailed)	0.081	0.100	0.100		0.093	0.000	0.420	0.005	0.031	0.000	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	0.211	.459*	0.357	0.312	1	0.294	.510**	.571**	.410*	0.170	.664**
	Sig. (2-tailed)	0.263	0.011	0.053	0.093		0.115	0.004	0.001	0.025	0.369	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	0.325	0.240	0.180	.682**	0.294	1	.420*	0.301	0.218	.518**	.615**
	Sig. (2-tailed)	0.080	0.202	0.341	0.000	0.115		0.021	0.106	0.247	0.003	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	0.258	0.250	0.250	0.153	.510**	.420*	1	.381*	0.287	0.347	.586**
	Sig. (2-tailed)	0.168	0.183	0.183	0.420	0.004	0.021		0.038	0.125	0.060	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.517**	.826**	0.254	.497**	.571**	0.301	.381*	1	0.316	.504**	.771**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000	0.175	0.005	0.001	0.106	0.038		0.089	0.005	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.506**	0.358	.860**	.394*	.410*	0.218	0.287	0.316	1	.411*	.696**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.052	0.000	0.031	0.025	0.247	0.125	0.089		0.024	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.577**	0.347	0.347	.756**	0.170	.518**	0.347	.504**	.411*	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.060	0.060	0.000	0.369	0.003	0.060	0.005	0.024		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.685**	.700**	.643**	.681**	.664**	.615**	.586**	.771**	.696**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.864	10

Lampiran 9 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations																
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.463**	.473**	0.286	0.091	0.325	0.258	.366	0.253	0.324	0.286	0.189	0.280	0.187	.610**
	Sig. (2-tailed)		0.010	0.008	0.125	0.634	0.080	0.168	0.047	0.177	0.081	0.125	0.316	0.135	0.321	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.463**	1	0.021	0.061	-0.010	0.321	0.244	0.188	-	0.209	0.164	0.282	.751**	0.069	.459**
	Sig. (2-tailed)	0.010		0.912	0.750	0.958	0.084	0.193	0.320	0.062	0.744	0.267	0.385	0.131	0.000	0.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.473**	0.021	1	0.331	0.047	0.083	0.081	0.347	.618**	0.308	0.331	-	-0.040	.652**	.584**
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.912		0.074	0.806	0.662	0.669	0.061	0.000	0.098	0.074	0.014	0.833	0.000	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	0.286	0.061	0.331	1	0.233	.563**	0.133	0.163	.372**	.853**	.718**	.501**	-0.052	0.254	.638**
	Sig. (2-tailed)	0.125	0.750	0.074		0.216	0.001	0.484	0.391	0.043	0.000	0.000	0.005	0.784	0.176	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	0.091	-0.010	0.047	0.233	1	.376**	.386**	0.222	0.175	0.293	0.315	0.329	0.014	-	.450**
	Sig. (2-tailed)	0.634	0.958	0.806	0.216		0.041	0.035	0.239	0.355	0.116	0.090	0.076	0.942	0.062	0.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	0.325	0.321	0.083	.563**	.376**	1	.420*	0.097	0.003	.682**	.563**	.900**	0.241	-	.652**
	Sig. (2-tailed)	0.080	0.084	0.662	0.001	0.041		0.021	0.612	0.987	0.000	0.001	0.000	0.200	0.041	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	0.258	0.244	0.081	0.133	.386**	.420*	1	0.350	0.191	0.153	0.266	.388*	.420*	0.123	.571**
	Sig. (2-tailed)	0.168	0.193	0.669	0.484	0.035	0.021		0.058	0.312	0.420	0.156	0.034	0.021	0.518	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.366*	0.188	0.347	0.163	0.222	0.097	0.350	1	-	0.305	0.256	0.082	0.226	0.335	.536**
	Sig. (2-tailed)	0.047	0.320	0.061	0.391	0.239	0.612	0.058		0.013	0.944	0.102	0.173	0.669	0.229	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	0.253	-0.062	.618**	.372**	0.175	0.003	0.191	-	1	0.093	0.169	-	0.105	.383*	.447*
	Sig. (2-tailed)	0.177	0.744	0.000	0.043	0.355	0.987	0.312	0.013	0.944		0.624	0.093	0.624	0.581	0.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	0.324	0.209	0.308	.853**	0.293	.682**	0.153	0.305	0.093	1	.853**	.617**	0.087	0.235	.713**
	Sig. (2-tailed)	0.081	0.267	0.098	0.000	0.116	0.000	0.420	0.102	0.624		0.000	0.000	0.646	0.211	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q11	Pearson Correlation	0.286	0.164	0.331	.718**	0.315	.563**	0.266	0.256	0.169	.853**	1	.501**	0.037	0.254	.682**
	Sig. (2-tailed)	0.125	0.385	0.074	0.000	0.090	0.001	0.156	0.173	0.372	0.000		0.005	0.845	0.176	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q12	Pearson Correlation	0.189	0.282	-	.501**	0.329	.900**	.388*	0.082	-	.617**	.501**	1	0.190	0.076	.582**
	Sig. (2-tailed)	0.316	0.131	0.014	0.005	0.076	0.000	0.034	0.669	0.093	0.624	0.000	0.005		0.314	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q13	Pearson Correlation	0.280	.751**	-	-0.052	0.014	0.241	.420*	0.226	0.105	0.087	0.037	0.190	1	-	.418*
	Sig. (2-tailed)	0.135	0.000	0.040	0.833	0.784	0.942	0.200	0.021	0.229	0.581	0.646	0.845	0.314	0.155	0.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q14	Pearson Correlation	0.187	-0.069	.652**	0.254	-0.062	-	0.123	0.335	.383*	0.235	0.254	0.076	-0.155	1	.447*
	Sig. (2-tailed)	0.321	0.716	0.000	0.176	0.743	0.041	0.831	0.518	0.071	0.037	0.211	0.176	0.689		0.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.610**	.459**	.584**	.638**	.450**	.652**	.571**	.536**	.447*	.713**	.682**	.582**	.418*	.447*	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.011	0.001	0.000	0.013	0.000	0.001	0.002	0.013	0.000	0.000	0.001	0.021	0.013	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 10 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.801	14

Lampiran 11 : Tabulasi Angket Responden

No.	Harga								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	2	3	4	5	5	3	4	30
2	4	4	5	2	4	4	4	2	29
3	3	3	3	4	4	4	3	3	27
4	4	5	5	5	4	3	4	4	34
5	4	4	4	3	3	4	3	4	29
6	4	4	4	5	4	3	5	4	33
7	3	3	4	3	4	4	3	4	28
8	4	5	4	4	5	5	4	4	35
9	5	4	4	5	3	5	5	4	35
10	4	4	4	5	5	5	4	5	36
11	4	4	4	5	4	4	4	4	33
12	5	4	4	5	4	4	4	5	35
13	4	3	3	4	3	3	4	3	27
14	4	5	4	4	3	4	4	3	31
15	4	4	4	4	4	5	4	4	33
16	5	4	3	4	5	4	5	4	34
17	4	4	5	5	5	5	4	5	37
18	5	4	4	3	4	4	4	4	32
19	4	2	4	2	2	4	2	2	22
20	4	2	4	3	2	4	2	2	23
21	5	3	4	4	5	2	2	4	29
22	3	3	2	3	3	2	2	2	20
23	3	4	4	5	5	2	2	2	27
24	2	5	3	2	2	2	2	2	20
25	2	4	2	2	2	5	2	2	21
26	2	4	2	2	4	2	2	2	20
27	2	4	2	4	2	2	2	2	20

28	2	4	2	4	2	2	2	2	20
29	2	4	2	4	4	5	2	4	27
30	2	4	2	4	4	2	2	2	22
31	2	4	2	5	2	2	2	4	23
32	2	2	2	2	2	2	4	4	20
33	2	2	1	2	2	2	2	4	17
34	3	4	4	3	4	4	4	4	30
35	4	3	4	4	3	4	2	2	26
36	3	4	4	3	4	4	4	4	30
37	4	3	3	4	3	3	4	4	28
38	3	3	3	3	3	3	4	4	26
39	2	2	2	2	2	2	2	2	16
40	2	4	2	2	1	2	2	4	19
41	2	2	2	2	2	2	2	2	16
42	2	2	2	2	2	2	2	2	16
43	2	2	2	2	2	4	2	2	18
44	2	2	2	4	2	2	2	2	18
45	2	2	2	4	2	2	2	2	18
46	2	2	2	2	2	2	2	2	16
47	2	2	2	2	2	2	2	2	16
48	2	2	2	4	2	2	2	4	20
49	2	2	2	4	2	2	2	2	18
50	2	2	2	2	2	2	2	4	18
51	4	2	4	2	4	4	4	4	28
52	2	2	2	2	4	2	2	4	20
53	4	2	4	2	4	4	4	4	28
54	2	2	2	2	4	2	2	2	18
55	2	2	4	2	4	4	4	4	26
56	4	2	2	2	3	4	4	4	25
57	4	2	2	2	3	4	4	4	25
58	2	2	4	4	4	4	4	4	28
59	4	2	4	2	4	4	4	2	26
60	4	2	2	2	4	4	4	2	24
61	2	2	2	2	4	2	2	2	18
62	4	5	4	2	4	4	4	4	31
63	3	3	3	2	3	3	3	3	23
64	5	5	5	2	3	5	5	2	32
65	4	2	4	2	5	4	4	4	29
66	3	2	3	2	3	3	3	3	22

67	5	2	5	3	3	5	5	5	33
68	5	2	5	4	3	5	5	5	34
69	2	2	3	5	2	3	3	3	23
70	2	2	5	5	2	5	5	2	28
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	3	5	3	3	3	2	4	4	27
73	3	3	3	3	3	3	2	4	24
74	2	2	2	4	4	4	4	4	26
75	3	3	3	3	3	3	2	4	24
76	3	5	3	5	3	3	2	4	28
77	5	4	5	5	5	5	3	4	36
78	5	5	5	5	4	5	2	4	35
79	2	2	2	3	3	2	4	3	21
80	4	4	4	4	4	4	2	5	31
81	2	3	2	3	4	3	4	5	26
82	4	4	5	5	1	5	4	4	32
83	4	4	4	3	3	4	4	4	30
84	3	3	4	4	2	4	4	3	27
85	3	3	3	3	3	4	3	4	26
86	5	5	5	4	4	5	3	4	35
87	4	3	4	3	4	2	4	5	29
88	2	4	2	4	5	3	2	3	25
89	2	2	2	3	5	2	4	4	24
90	2	2	2	4	2	3	4	5	24
91	3	5	3	5	2	5	3	4	30
92	5	2	5	5	3	5	4	3	32
93	2	2	2	4	2	2	2	4	20
94	2	3	2	3	2	2	3	5	22
95	3	3	3	4	4	3	4	4	28
96	2	2	2	4	3	2	4	5	24
97	4	4	4	3	4	2	3	4	28
98	2	2	2	4	3	2	4	4	23
99	5	4	5	4	3	5	4	3	33
100	5	4	5	4	2	4	4	5	33
101	2	2	5	5	2	2	4	4	26
102	2	5	2	4	2	2	3	4	24
103	2	4	2	2	2	5	4	3	24
104	2	4	2	2	3	2	4	4	23
105	2	4	2	4	2	4	2	3	23

106	2	2	2	4	2	2	2	2	18
107	2	2	2	4	4	2	1	2	19
108	2	4	2	4	4	3	2	2	23
109	2	4	2	5	2	2	4	2	23
110	2	5	2	3	2	2	4	2	22
111	2	2	1	2	2	3	1	2	15
112	3	3	2	4	3	2	2	2	21
113	3	3	3	4	3	3	2	2	23
114	5	2	4	4	5	4	2	2	28
115	4	4	4	4	4	2	2	2	26
116	5	1	5	4	4	1	4	2	26
117	2	2	2	4	2	2	2	2	18
118	2	2	2	4	4	2	1	2	19
119	2	4	2	4	4	3	2	2	23
120	2	4	2	5	2	2	4	2	23
121	2	2	2	4	2	2	2	2	18
122	4	2	4	2	4	4	4	4	28
123	2	2	2	2	4	2	2	2	18
124	2	2	4	2	4	4	4	4	26
125	4	2	2	2	3	4	4	4	25
126	4	2	2	2	3	4	4	4	25
127	2	2	4	4	4	4	4	4	28
128	4	2	3	4	5	5	3	4	30
129	4	4	5	2	4	4	4	2	29
130	3	3	3	4	4	4	3	3	27
131	4	5	5	5	4	3	4	4	34
132	4	4	4	3	3	4	3	4	29
133	4	4	4	5	4	3	5	4	33
134	3	3	4	3	4	4	3	4	28
135	4	5	4	4	5	5	4	4	35
136	5	4	4	5	3	5	5	4	35
137	4	4	4	5	5	5	4	5	36
138	4	4	4	5	4	4	4	4	33
139	5	4	4	5	4	4	4	5	35
140	4	3	3	4	3	3	4	3	27
141	4	5	4	4	3	4	4	3	31
142	4	4	4	4	4	5	4	4	33
143	5	4	3	4	5	4	5	4	34
144	4	4	5	5	5	5	4	5	37

145	5	4	4	3	4	4	4	4	32
146	4	2	4	2	2	4	2	2	22
147	4	2	4	3	2	4	2	2	23
148	4	4	4	4	4	5	2	3	30
149	4	3	2	3	4	4	3	4	27
150	3	3	4	4	4	3	4	4	29
151	3	2	2	3	4	4	4	4	26
152	3	2	4	4	3	4	4	2	26
153	3	4	4	3	2	2	4	2	24
154	4	3	3	3	4	4	4	2	27
155	3	3	3	3	4	4	3	2	25
156	4	4	2	4	3	4	3	4	28
157	4	4	4	4	4	4	2	4	30
158	5	4	5	4	4	4	4	3	33
159	2	2	5	2	2	2	2	5	22
160	3	2	4	3	4	3	4	3	26
161	4	5	4	4	4	4	3	4	32
162	4	2	2	5	2	4	2	4	25
163	3	4	2	3	2	3	5	3	25
164	4	2	2	4	2	4	3	4	25
165	3	5	2	5	2	3	2	3	25
166	4	2	4	4	4	4	3	4	29
167	4	4	4	4	4	4	2	4	30
168	4	2	3	4	3	3	4	4	27
169	5	2	5	4	5	5	2	4	32
170	4	4	5	5	4	3	4	4	33
171	2	3	4	4	3	4	2	4	26
172	2	4	4	4	3	4	2	4	27
173	2	3	3	4	3	5	5	4	29
174	5	2	4	3	4	2	2	2	24
175	2	4	3	2	2	3	4	4	24
176	4	4	4	5	4	2	2	3	28
177	2	3	4	4	4	4	4	3	28
178	2	2	4	4	5	2	4	2	25
179	2	4	3	3	5	3	4	2	26
180	4	2	3	4	5	5	3	4	30

No.	Kelengkapan Produk						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	5	5	4	26
2	4	3	3	2	4	4	20
3	3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	5	4	26
6	4	4	4	3	4	4	23
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	2	4	2	2	4	18
9	4	2	4	3	2	4	19
10	5	3	4	4	5	2	23
11	3	3	2	3	3	2	16
12	3	4	4	5	5	2	23
13	2	5	3	2	2	2	16
14	2	4	2	2	2	5	17
15	2	4	2	2	4	2	16
16	2	4	2	4	2	2	16
17	2	4	2	4	2	2	16
18	2	4	2	4	4	5	21
19	2	4	2	4	4	2	18
20	2	4	2	5	2	2	17
21	2	2	2	2	2	2	12
22	2	2	1	2	2	2	11
23	3	4	4	3	4	4	22
24	4	3	4	4	3	4	22
25	3	4	4	3	4	4	22
26	4	3	3	4	3	3	20
27	3	3	3	3	3	3	18
28	4	4	4	4	3	3	22
29	3	3	3	3	4	4	20
30	3	3	3	1	2	3	15
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	5	4	25
33	4	3	3	3	4	3	20
34	4	5	5	4	4	5	27
35	4	4	4	3	3	4	22
36	4	4	4	4	4	4	24

37	3	4	4	2	4	3	20
38	3	4	4	3	3	3	20
39	4	5	5	4	4	5	27
40	4	5	5	4	4	4	26
41	4	4	4	2	4	4	22
42	3	4	4	3	3	4	21
43	5	3	3	3	4	3	21
44	4	4	4	3	4	4	23
45	2	3	4	2	2	3	16
46	4	3	4	2	3	4	20
47	5	5	5	5	5	4	29
48	4	5	5	5	4	5	28
49	2	3	2	3	3	2	15
50	4	3	3	4	4	4	22
51	2	4	2	2	2	5	17
52	2	4	2	2	4	2	16
53	2	4	2	4	2	2	16
54	2	4	2	4	2	2	16
55	2	4	2	4	4	2	18
56	2	4	2	4	4	2	18
57	2	4	2	5	2	2	17
58	2	2	2	2	2	2	12
59	3	3	3	3	3	2	17
60	4	4	5	4	5	5	27
61	2	2	2	2	4	2	14
62	4	5	4	2	4	4	23
63	4	4	4	5	5	4	26
64	4	3	3	4	4	4	22
65	3	3	3	4	3	4	20
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	5	4	25
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	5	5	4	4	5	27
71	4	5	5	5	4	5	28
72	4	3	3	3	3	3	19
73	4	3	3	3	4	3	20
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	3	3	3	4	4	20

76	4	4	4	3	3	4	22
77	3	3	3	3	4	4	20
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	5	5	4	4	4	26
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	3	3	4	22
82	4	4	4	3	3	4	22
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	3	3	3	3	3	19
85	4	3	4	3	4	4	22
86	4	4	4	3	4	3	22
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	5	4	5	26
89	4	5	5	5	4	5	28
90	3	3	3	3	3	3	18
91	4	4	4	4	3	3	22
92	3	3	3	3	4	4	20
93	3	3	3	1	2	3	15
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	5	4	25
96	4	3	3	3	4	3	20
97	4	5	5	4	4	5	27
98	4	4	4	3	3	4	22
99	4	4	4	4	4	4	24
100	3	4	4	2	4	3	20
101	3	4	4	3	3	3	20
102	4	5	5	4	4	5	27
103	4	5	5	4	4	4	26
104	4	4	4	2	4	4	22
105	3	4	4	3	3	4	21
106	5	3	3	3	4	3	21
107	4	4	4	3	4	4	23
108	2	3	4	2	2	3	16
109	4	3	4	2	3	4	20
110	5	5	5	5	5	4	29
111	4	5	5	5	4	5	28
112	2	3	2	3	3	2	15
113	4	3	3	4	4	4	22
114	2	4	2	2	2	5	17

115	2	4	2	2	4	2	16
116	2	4	2	4	2	2	16
117	2	4	2	4	2	2	16
118	2	4	2	4	4	2	18
119	2	4	2	4	4	2	18
120	2	4	2	5	2	2	17
121	2	2	2	2	2	2	12
122	4	4	4	2	4	4	22
123	3	4	4	3	3	4	21
124	5	3	3	3	4	3	21
125	4	4	4	3	4	4	23
126	2	3	4	2	2	3	16
127	4	3	4	2	3	4	20
128	4	4	4	5	5	4	26
129	4	3	3	2	4	4	20
130	3	3	4	4	3	4	21
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	4	5	4	5	4	26
133	4	4	4	3	4	4	23
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	2	4	2	2	4	18
136	4	2	4	3	2	4	19
137	5	3	4	4	5	2	23
138	3	3	2	3	3	2	16
139	3	4	4	5	5	2	23
140	2	5	3	2	2	2	16
141	2	4	2	2	2	5	17
142	2	4	2	2	4	2	16
143	2	4	2	4	2	2	16
144	2	4	2	4	2	2	16
145	2	4	2	4	4	5	21
146	2	4	2	4	4	2	18
147	2	4	2	5	2	2	17
148	2	3	3	2	2	2	14
149	2	2	4	2	4	2	16
150	2	1	3	2	4	2	14
151	1	1	3	1	2	1	9
152	1	1	3	3	2	1	11
153	1	3	3	1	3	1	12

154	2	2	3	2	3	2	14
155	2	1	4	2	2	2	13
156	2	1	3	2	1	2	11
157	1	1	3	1	1	1	8
158	1	1	3	1	1	1	8
159	1	4	3	1	2	1	12
160	1	2	3	1	2	1	10
161	4	1	3	4	1	4	17
162	2	1	3	2	1	2	11
163	4	1	4	4	1	4	18
164	3	3	2	3	3	2	16
165	4	4	4	4	4	4	24
166	4	4	4	4	4	4	24
167	4	5	4	4	5	4	26
168	5	4	3	5	4	3	24
169	4	4	4	4	4	4	24
170	5	4	4	5	4	4	26
171	3	4	4	3	4	4	22
172	4	5	5	4	5	5	28
173	2	5	4	3	3	4	21
174	2	4	4	2	3	3	18
175	2	3	4	3	4	2	18
176	2	4	4	4	3	3	20
177	4	4	4	3	3	5	23
178	4	4	4	3	3	3	21
179	4	4	4	4	4	2	22
180	4	3	3	3	3	1	17

No.	Lokasi										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	3	5	4	3	3	4	2	2	35
2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	35
4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	27
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40
6	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	29
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
8	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	40
9	4	5	4	4	5	4	3	5	3	5	42
10	5	4	3	5	4	3	4	4	5	2	39
11	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	33
12	5	4	4	5	4	4	2	4	2	2	36
13	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	35
14	4	5	5	4	5	5	2	4	3	2	39
15	4	5	5	4	5	5	4	4	2	2	40
16	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	30
17	4	5	5	4	5	5	4	4	2	4	42
18	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
19	5	5	5	2	5	5	4	4	1	2	38
20	3	4	4	3	4	4	4	4	1	2	33
21	4	4	3	4	4	3	4	2	1	3	32
22	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	29
23	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	32
24	3	3	3	3	3	3	4	4	2	1	29
25	4	2	4	4	2	4	3	3	5	4	35
26	3	3	4	3	3	4	5	2	5	3	35
27	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	41
28	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	34
29	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	40
30	4	3	3	4	3	3	5	5	3	2	35
31	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	31
32	5	4	4	3	2	4	5	2	4	4	37
33	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	31
34	4	2	4	3	4	3	4	2	3	3	32
35	5	2	3	4	3	5	4	2	3	3	34
36	2	3	2	3	3	4	2	2	4	5	30

37	4	5	4	3	2	3	4	4	4	4	37
38	2	4	3	4	4	4	3	3	5	5	37
39	2	2	4	4	3	4	5	5	4	2	35
40	3	2	3	2	3	3	4	4	4	3	31
41	2	2	4	2	4	2	3	3	4	3	29
42	4	2	4	3	4	4	5	5	3	4	38
43	2	2	2	2	4	2	5	5	4	4	32
44	4	2	2	5	4	1	3	3	4	3	31
45	4	2	2	2	4	4	5	5	4	2	34
46	4	2	4	2	2	4	4	4	3	4	33
47	4	2	4	3	2	4	2	4	4	4	33
48	5	3	4	4	4	2	4	3	4	5	38
49	3	3	2	3	4	2	5	5	4	4	35
50	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	35
51	2	5	3	4	4	2	5	4	4	5	38
52	2	4	2	4	4	5	5	5	4	4	39
53	2	4	2	4	4	2	4	4	3	2	31
54	2	4	2	3	3	2	2	4	3	4	29
55	2	4	2	4	5	2	2	4	2	2	29
56	2	4	2	4	4	5	4	4	1	2	32
57	2	4	2	5	4	2	2	4	2	3	30
58	2	4	2	4	3	2	3	4	5	3	32
59	2	2	2	4	4	2	3	3	2	2	26
60	2	2	1	3	3	2	4	3	2	1	23
61	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	40
62	4	3	4	4	5	4	4	3	2	5	38
63	5	4	3	5	4	3	2	3	2	2	33
64	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	43
65	4	4	3	4	4	3	3	4	1	2	32
66	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	20
67	4	4	4	4	4	4	5	3	1	4	37
68	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	27
69	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	37
70	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	33
71	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	42
72	5	4	3	5	4	3	4	2	3	3	36
73	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
74	5	4	4	5	4	4	4	4	3	2	39
75	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37

76	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	44
77	4	5	5	4	5	5	3	4	3	3	41
78	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
79	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3	43
80	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
81	5	5	5	2	5	5	4	4	3	3	41
82	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
83	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	36
84	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
86	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	34
87	4	2	4	4	2	4	4	5	3	4	36
88	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	36
89	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	42
90	3	4	4	3	4	4	3	2	3	5	35
91	3	4	4	3	4	4	2	4	4	2	34
92	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	28
93	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	28
94	5	4	4	3	2	4	4	2	2	1	31
95	3	3	3	3	4	3	4	2	2	1	28
96	4	2	4	3	4	3	4	2	1	2	29
97	5	2	3	4	3	5	4	2	1	2	31
98	2	3	2	3	3	4	4	2	1	2	26
99	4	5	4	3	2	3	4	2	2	2	31
100	2	4	3	4	4	4	4	2	2	3	32
101	2	2	4	4	3	4	4	2	2	3	30
102	3	2	3	2	3	3	4	2	2	3	27
103	2	2	4	2	4	2	2	2	3	2	25
104	4	2	4	3	4	4	2	2	3	3	31
105	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	26
106	4	2	2	5	4	1	2	2	2	2	26
107	4	2	2	2	4	4	2	4	3	2	29
108	4	2	4	2	2	4	2	2	3	2	27
109	4	2	4	3	2	4	2	2	2	2	27
110	5	3	4	4	5	2	2	4	2	2	33
111	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	26
112	3	4	4	5	5	2	2	2	2	1	30
113	2	5	3	2	2	2	2	2	2	2	24
114	2	4	2	2	2	5	2	2	4	4	29

115	2	4	2	2	4	2	2	2	1	4	25
116	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	24
117	2	4	2	4	2	2	2	2	4	2	26
118	2	4	2	4	4	5	2	4	4	3	34
119	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	27
120	2	4	2	5	2	2	2	4	2	2	27
121	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	25
122	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
124	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	34
125	4	2	4	4	2	4	4	5	3	4	36
126	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	36
127	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	42
128	5	4	3	5	4	3	3	4	2	2	35
129	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
130	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	35
131	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	27
132	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40
133	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	29
134	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
135	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	40
136	4	5	4	4	5	4	3	5	3	5	42
137	5	4	3	5	4	3	4	4	5	2	39
138	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	33
139	5	4	4	5	4	4	2	4	2	2	36
140	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	35
141	4	5	5	4	5	5	2	4	3	2	39
142	4	5	5	4	5	5	4	4	2	2	40
143	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	30
144	4	5	5	4	5	5	4	4	2	4	42
145	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
146	5	5	5	2	5	5	4	4	1	2	38
147	3	4	4	3	4	4	4	4	1	2	33
148	3	4	4	5	5	3	4	2	2	1	33
149	2	5	3	2	2	4	2	2	2	2	26
150	2	4	2	2	2	5	4	2	4	4	31
151	2	4	2	2	4	4	3	2	1	4	28
152	2	4	2	4	2	3	3	2	2	2	26
153	2	4	2	4	2	4	4	2	4	2	30

154	2	4	2	4	4	5	2	4	4	3	34
155	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	27
156	2	4	2	5	2	2	2	4	2	2	27
157	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	25
158	2	2	1	2	2	2	2	4	3	2	22
159	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	34
160	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2	30
161	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	36
162	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	34
163	3	3	3	3	3	3	4	4	1	2	29
164	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	31
165	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	32
166	3	3	3	1	2	3	2	2	4	3	26
167	4	4	4	4	4	4	2	4	1	5	36
168	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	38
169	4	3	3	3	4	3	4	4	2	4	34
170	4	5	5	4	4	5	3	3	3	4	40
171	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	40
172	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	37
173	3	4	4	2	4	3	2	4	5	3	34
174	3	4	4	3	3	3	2	3	5	2	32
175	4	5	5	4	4	5	2	4	2	3	38
176	4	5	5	4	4	4	3	5	2	5	41
177	4	4	4	2	4	4	5	5	3	5	40
178	3	4	4	3	3	4	2	4	2	2	31
179	5	3	3	3	4	3	2	3	2	2	30
180	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37

No.	Keputusan Pembelian														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	5	3	55
2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	59
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	49
4	3	2	3	2	2	2	4	4	5	5	4	3	3	5	47
5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	5	53
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	2	53
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	54
8	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	62
9	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	61
10	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	3	55
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	4	54
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	55
13	2	3	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	42
14	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	53
15	4	2	4	2	3	3	3	2	4	4	4	5	3	3	46
16	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	2	2	52
17	5	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	5	3	62
18	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	50
19	4	3	4	3	5	3	2	4	4	4	4	4	4	5	53
20	4	2	4	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	42
21	2	3	2	3	4	3	4	4	2	2	4	2	4	3	42
22	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	47
23	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	4	3	46
24	3	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	3	47
25	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	49
26	4	5	4	5	4	5	4	5	2	2	4	4	3	3	54
27	2	4	2	4	3	4	3	2	2	2	2	4	3	3	40
28	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	3	3	38
29	3	4	3	4	3	3	4	2	1	2	2	2	3	3	39
30	4	4	4	4	2	4	3	4	2	2	2	2	3	4	44
31	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	3	4	45
32	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	3	4	47
33	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	3	4	44
34	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	2	2	4	4	54
35	2	3	2	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4	4	42
36	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	2	2	4	4	46

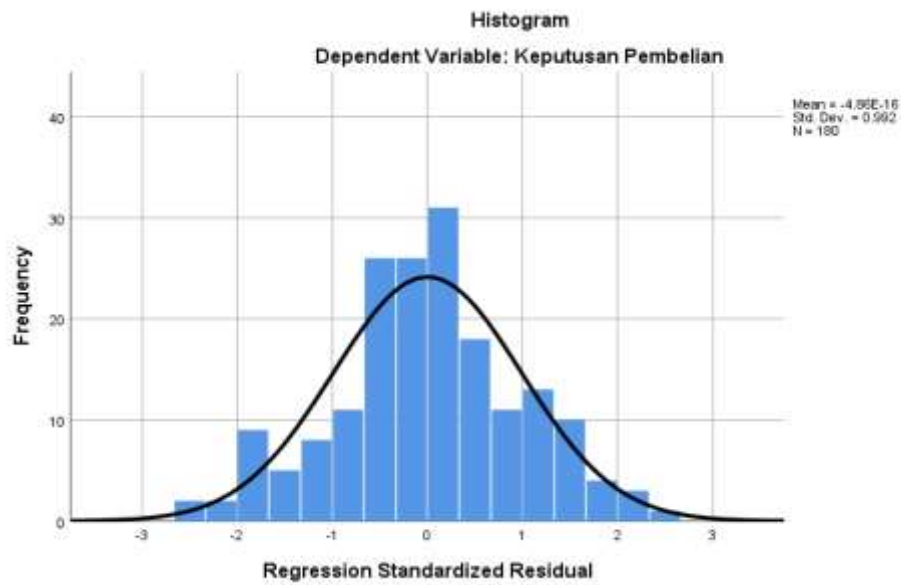
37	4	5	4	5	2	5	4	2	4	4	2	4	3	3	51
38	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	2	3	4	4	51
39	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	5	4	3	3	49
40	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	48
41	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	45
42	3	2	3	2	4	4	3	4	4	2	5	2	4	4	46
43	3	4	3	4	4	3	2	2	4	2	3	2	4	4	44
44	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	2	3	3	46
45	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	5	2	4	4	46
46	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	52
47	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	52
48	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	55
49	2	2	2	2	5	2	2	2	2	5	4	5	4	4	43
50	2	5	2	5	2	2	2	2	4	5	5	4	4	4	48
51	2	4	2	4	2	2	2	5	4	4	4	3	4	4	46
52	2	4	2	4	2	2	4	2	4	4	4	3	3	3	43
53	2	4	2	4	2	4	2	2	4	3	4	3	4	4	44
54	2	4	2	4	2	4	2	2	3	4	3	4	3	3	42
55	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	3	3	42
56	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	3	3	44
57	2	4	2	4	2	5	2	2	2	4	4	4	3	3	43
58	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	3	3	36
59	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4	33
60	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	38
61	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	35
62	4	2	4	2	2	2	2	5	4	5	5	4	3	3	47
63	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	55
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	52
65	4	3	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	49
66	3	2	3	2	2	2	4	4	4	5	5	4	3	3	46
67	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	5	1	1	46
68	4	4	4	4	4	4	3	4	1	5	5	5	1	5	53
69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	58
70	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	56
71	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	3	5	4	59
72	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	56
73	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	54
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	59
75	2	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	44

76	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	56
77	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	46
78	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	57
79	5	5	5	5	5	4	3	2	4	5	3	5	4	3	58
80	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	56
81	4	3	4	3	5	3	2	4	4	5	4	4	2	2	49
82	4	2	4	2	3	3	2	2	4	5	4	4	4	2	45
83	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	1	43
84	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	47
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	55
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	2	54
87	3	4	3	4	4	4	3	2	5	5	5	5	4	2	53
88	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	52
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	2	2	56
90	2	4	2	4	3	4	3	2	2	3	4	4	2	2	41
91	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	2	38
92	3	4	3	4	3	3	4	2	2	4	4	4	2	2	44
93	4	4	4	4	2	4	3	4	2	2	1	2	2	2	40
94	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	2	48
95	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	2	48
96	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	2	4	43
97	4	5	4	5	4	4	5	5	2	2	2	4	2	2	50
98	2	3	2	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	4	38
99	4	4	4	4	2	3	3	4	1	2	2	2	2	4	41
100	4	5	4	5	2	5	4	2	2	2	2	2	2	4	45
101	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	4	4	49
102	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	41
103	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	4	45
104	3	2	3	2	2	3	4	4	4	2	2	2	2	4	39
105	3	2	3	2	4	4	3	4	4	2	2	2	2	4	41
106	3	4	3	4	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	39
107	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	2	44
108	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	41
109	4	4	4	4	2	4	3	4	2	2	2	2	5	5	47
110	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	5	49
111	5	4	5	4	5	4	4	4	2	2	2	2	3	2	48
112	2	2	2	2	5	2	2	2	1	2	2	4	4	4	36
113	2	5	2	5	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	39
114	2	4	2	4	2	2	2	5	2	2	2	2	1	5	37

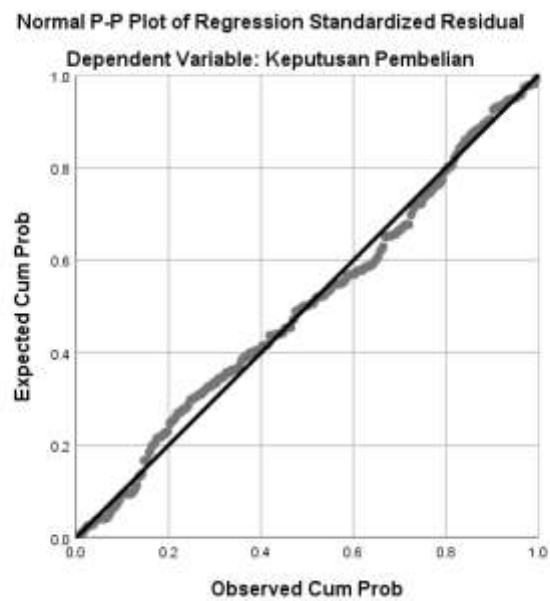
115	2	4	2	4	2	2	4	2	4	2	2	2	3	4	39
116	2	4	2	4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	40
117	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	3	4	3	4	40
118	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	38
119	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	40
120	2	4	2	4	2	5	2	2	2	4	2	2	2	3	38
121	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	5	2	2	4	42
122	2	2	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	2	1	46
123	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	55
124	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	49
125	3	2	3	2	2	2	4	4	5	5	4	3	5	5	49
126	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	5	5	54
127	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	2	2	49
128	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	2	2	49
129	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	54
130	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	46
131	4	4	3	2	2	2	4	4	5	5	4	3	2	2	46
132	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	2	48
133	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	2	2	49
134	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	52
135	2	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	2	4	57
136	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	2	3	57
137	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	54
138	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	52
139	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
140	4	2	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	5	2	44
141	1	2	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	2	47
142	2	2	4	2	3	3	3	2	4	4	4	5	4	2	44
143	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	5	2	54
144	4	4	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	4	4	60
145	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	48
146	2	2	4	3	5	3	2	4	4	4	4	4	4	3	48
147	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	4	4	4	5	44
148	3	3	2	2	2	5	2	2	2	2	4	5	5	4	43
149	2	2	4	4	2	4	2	2	2	5	4	4	4	3	44
150	1	1	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	4	3	41
151	1	1	2	2	2	4	2	4	2	2	4	3	4	3	36
152	1	1	2	2	2	4	2	4	2	2	3	4	3	4	36
153	2	2	3	3	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	40

154	2	2	3	3	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	42
155	2	1	2	2	2	4	2	5	2	2	2	4	4	4	38
156	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	30
157	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	25
158	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	32
159	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	35
160	4	2	2	2	4	2	2	2	2	5	4	5	5	4	45
161	4	1	1	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	48
162	2	1	1	1	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	43
163	2	1	1	1	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	41
164	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	5	5	4	51
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	5	52
166	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	1	5	5	5	58
167	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	59
168	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	54
169	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	3	57
170	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	55
171	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51
172	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	57
173	4	4	5	4	2	3	4	3	4	2	4	3	3	4	49
174	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	54
175	5	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	46
176	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	56
177	4	3	5	3	5	5	5	4	3	2	4	5	3	5	56
178	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	52
179	2	3	4	3	4	3	5	3	2	4	4	5	4	4	50
180	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	4	5	4	4	46

Lampiran 12 : Hasil Uji Normalitas



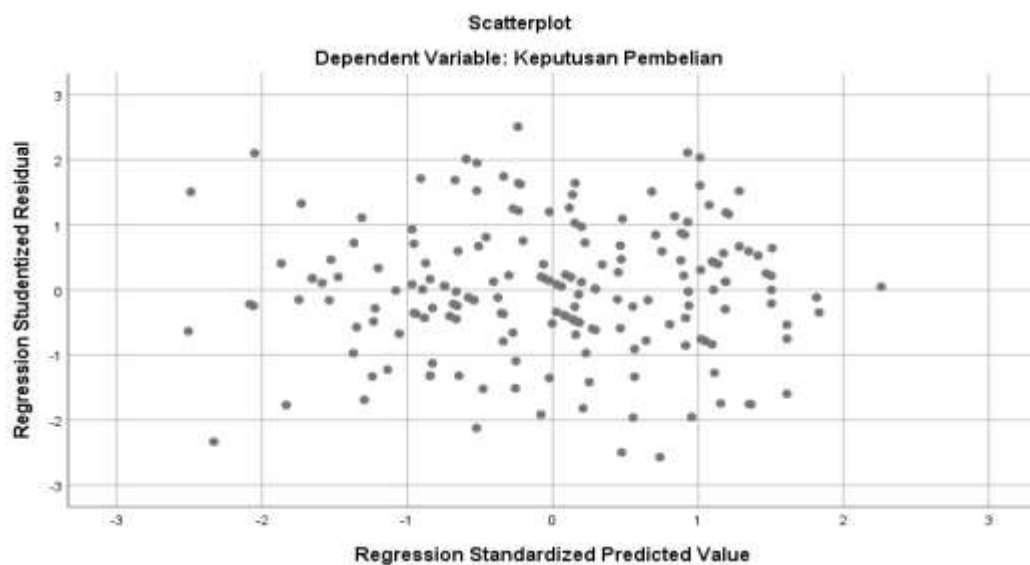
Grafik Normal Probability Plot of Regression



		Unstandardized Residual
N		180
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.71610439
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
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.

Lampiran 13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Lampiran 14 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.053	2.890		2.787	.006
	Harga	.278	.070	.213	3.965	.000
	Kelengkapan Produk	.636	.080	.420	7.951	.000
	Lokasi	.571	.073	.431	7.851	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4489.391	3	1496.464	66.154	.000 ^b
	Residual	3981.254	176	22.621		
	Total	8470.644	179			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga						

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.522	4.75613
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.924	1.082
	Kelengkapan Produk	.957	1.045
	Lokasi	.887	1.127
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 27 September 2021

Nomor : 1866/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Toko Tetap Surya

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Austin
NIM	: 181010008
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Tetap Surya Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar-telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Retzki, S.E., M.Si

TOKO TETAP SURYA

Alamat : Jl.kartini no 288, Kisaran
Telepon : 082139636633

Kepada Yth.,
Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya
di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Willian
Nama Toko	: Toko Tetap Surya
Jabatan	: Pemilik Toko
Alamat Toko	: Jl. Kartini no. 288
No Telepon	: 082139636633

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Austin
NIM	: 181010008
Program Studi	: Manajemen (S1)

Dilizinkan untuk melaksanakan observasi guna melengkapi bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i dengan judul **"Pengaruh Harga Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tetap Surya"**.

Demikian surat keterangan ini saya sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 3 Januari 2022

Hormat kami,



Willian
Pemilik Toko



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Alvin
NIM : 161010008
PROGRAM STUDI : Management

HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
Selasa 03-maret-2020	ALVIN LATIYA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Strategi, Perencanaan dan tanggung jawab terhadap reputasi perusahaan menggunakan media sosial pada PT. Indo International Retail Center	161010031	
Selasa 03-maret-2020	Doro Thalica JUDUL PROPOSAL: Pengaruh budaya perusahaan dan lingkungan pasar terhadap Perumahan Ruko PT. Aberrado Karya Melayu	161010115	
Selasa 03-maret-2020	Jean Herdian JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Strategi Promosi dan Implementasi komunikasi terhadap kinerja komunikasi pada CV Niro Motor Sport	161010004	
Senin 24/1-2020	Elvis Tania JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Promosi Online dan digital marketing terhadap Arisan di Group WhatsApp 23.000 4000	161010029	
Senin 24/1-2020	Eisa Zulbana JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Sinar Kreasi yang Berada Mandiri	161010039	
	JUDUL PROPOSAL :		
	JUDUL PROPOSAL :		
	JUDUL PROPOSAL :		



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

FOTO
2x4

Nama Mahasiswa : Ayhan
NIM : 101610008
Konsentrasi :
Nomor HP, No. WA : 082145500173
Alamat Tinggal :
Dosen Pembimbing Akademik :
TTD :

Kelas :
Email :

Dosen Pembimbing I : Dr. Rina Riana, S.Pd, M.Pd
Dosen Pembimbing II : Indira Pratiwi, S.Pd, M.Pd
Mahasiswa : Ayhan
Paraf Dosen Pembimbing I : [Signature]
Paraf Dosen Pembimbing II : [Signature]

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing I	Paraf Dosen Pembimbing II
1	27-09-2021	Konfirmasi Judul dan Tanda Tangan Judul		
2	19/10-21	- Revisi $\checkmark$ Interpretasi Pengelompokan secara detail $\checkmark$ masing 2 Variabel		
3		- Revisi $\checkmark$ Interpretasi masalah di setiap Variabel		
4	03/11-2021	- Revisi $\checkmark$ Revisi Bab II, type penelitian diperbaiki		
5		- Data populasi yg real & Gab. II		
6		- Definisi operasional $\checkmark$ definisi & indikator harus sama paralelisme		
7	24/12-2021	- Revisi $\checkmark$ Pengelompokan & Interpretasi masalah & Interpretasi masalah $\checkmark$ setiap Variabel		
8		- Populasi & Revisi tambahkan data tahun 2021 & Definisi operasional Paralelisme harus sama & Dan indikator		
9	27/12-2021	- Alas acs sempit & lanjut DOPING I		
10	05/1-2022	- Bab 1 $\checkmark$ hasil penelitian & Interpretasi & Interpretasi		
11		- Bab 2 $\checkmark$ penelitian & Interpretasi (sama jurnal) minimal minimal p-ujian & p-ujian		
12		- Bab 3 $\checkmark$ uji hipotesis diperbaiki		
13	10/1-2022	Bab 1, Bab 2, Bab 3 sudah ada revisi		
14	17/1-2022	$\checkmark$ Bab 1 & Interpretasi & Interpretasi & Interpretasi		
15	10/1-2022	Aspek lain diperbaiki		
16	08/3-2022	Revisi Kuesioner		
17	15/4-2022	Aspek Kuesioner lanjut pengumpulan data		
18	15/4-2022	- Struktur Organogram		
19		- Paralelisme & Gab. & sama & Gab. 3		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Austin
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan, 21 April 2001
Jenis Kelamin	: Pria
Alamat	: Jl. Pukat V, Gg. Cermi, No. 14G
Alamat Email	: tinstinn6@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	: 082267803450

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012	: SD Swasta Diponegoro Kisaran
2. Tahun 2012 s/d Tahun 2015	: SMP Swasta Diponegoro Kisaran
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018	: SMA Swasta Diponegoro Kisaran
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2022	: Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2018 s/d 2020	: PT. Prima Jaya Lestari Utama
2. Tahun 2022 s/d sekarang	: PT. Nelayan Group

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Wilian
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (HP)	: 082139636633
Alamat	: Jl. Kartini No. 288, Kisaran
Nama Ibu	: Rohana
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	: 082362342740
Alamat	: Jl. Kartini No. 288, Kisaran

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 02 Juni 2022
Penulis

Austin