

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Ariezal Rachmana

19.12.0121

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

TAHUN 2023

PERSETUJUAN

Nama : Ariezal Rachmana
NIM : 19120121
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI,
DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET

Disetujui dan disahkan :

Hari : Jum'at
Tanggal : 9 Juni 2023

Pembimbing,



Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.
NIDN. 0004036901

Mengetahui,

Kepala Prodi Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A
NIDN. 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ariezal Rachmana
NIM : 19120121
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 16 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua : Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.

Anggota : Dr. Ginanjar Rahmawan, S.E.,M.M.,M.H

Tanda Tangan

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istivanto, S.E., M.M., M.H.
NIDN.0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima

Sukoharjo, 15 Mei 2023

Yang memberikan pernyataan



Ariezal Rachmana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Tidak ada kata terlambat dalam belajar, kejarlah dengan semangat agar kelak menjadi orang yang bermanfaat”

(Ariezal Rachmana)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan, saudara yang selalu memberi semangat serta sahabat saya yang telah membantu.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret” ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Strata I di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,M.B.A selaku ketua program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
3. Bapak Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya
4. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat baik secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dorongan dan semangat
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan pengalaman dan ilmu yang dimiliki peneliti, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 15 Mei 2023



Ariezal Rachmana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu	11
C. Kerangka Pikir	14
D. Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Objek Penelitian.....	18
B. Jenis dan Sumber Data.....	18
C. Populasi dan Sample	18
D. Teknik Pengumpulan Data	19
E. Definisi Operasional.....	20
F. Teknik Analisis Data	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
B. Hasil	31
C. Pembahasan	38
BAB V PENUTUP.....	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. Definisi operasional	20
Tabel 3. Deskripsi Responden.....	29
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	33
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas	34
Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	34
Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	35
Tabel 10. Hasil Uji t.....	37
Tabel 11. Hasil Uji F.....	37
Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data ritel dengan nilai konsumen tertinggi	2
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Output SPSS

ABSTRAK

Ariezal Rachmana, 19.12.0121, 43 Halaman. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, lalu teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu koesioner. Kuesioner disebarkan kepada seseorang yang sudah pernah membeli di Indomaret, sample yang diambil berjumlah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu (1) Uji instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas (2) Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (3) Analisis regresi linear berganda dan (4) Uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : keputusan pembelian, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk.

ABSTRACT

Ariezal Rachmana, 19.12.0121, 43 Page. THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, LOCATION, AND PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASE DECISIONS IN INDOMARET

This study aims to analyze the effect of service quality, location, and product diversity on purchasing decisions at Indomaret. The sampling technique in this study used purposive sampling, then the data collection technique used is a questionnaire. Questionnaires were distributed to someone who had purchased at Indomaret, the sample taken was 100 people. The data analysis technique used is (1) Data instrument test consisting of a validity test and reliability test (2) Classical assumption test consisting of a normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test (3) Multiple linear regression analysis and (4) Test hypothesis consisting of t test, F test, and test of the coefficient of determination. Data processing in this study uses SPSS tools.

Based on the results of the t test, it shows that the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, location variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, and product variety has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: purchase decision, service quality, location, product variety.

BAB I

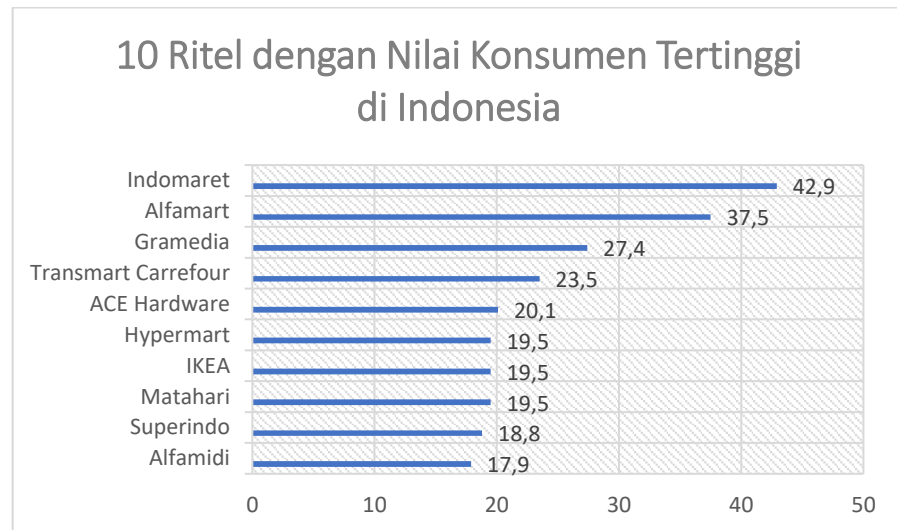
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang akan berusaha membeli barang untuk memenuhi hidupnya. Salah satu caranya adalah dengan berbelanja, bisa di pasar tradisional maupun pasar modern. Pola berbelanja konsumen akan selalu berubah seiring dengan berjalannya waktu dan perubahan gaya hidup konsumen. Konsumen mempunyai pilihan tempat berbelanja pada pasar modern maupun pasar tradisional. Pada pasar tradisional, kegiatan berbelanja dilakukan dengan tawar menawar serta umumnya kenyamanan dan keamanan pasar kurang terjamin. Berbelanja pada pasar modern dapat menjadi alternatif bagi konsumen yang menginginkan berbelanja secara praktis, tidak perlu melakukan proses tawar menawar serta kenyamanan tempat berbelanja yang lebih baik.

Perkembangan pola berbelanja konsumen sebagaimana dijelaskan di atas menjadi salah satu penyebab timbulnya usaha ritel. Pemenuhan kebutuhan konsumen akan berbelanja yang praktis, nyaman dan aman disikapi pengusaha dengan menyediakan lokasi berbelanja yang memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Usaha ritel dalam menjual produk kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan yaitu pengunjung mengambil sendiri barang atau produk tanpa ada yang melayani. Konsumen tinggal membayar di kasir barang yang akan dibeli dengan cara pembayaran yang beragam. Pola berbelanja seperti ini membuat konsumen lebih leluasa dalam berbelanja. Perubahan pelayanan ini diharapkan mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Berikut merupakan diagram fenomena terbaru dari Indomaret yang menguasai pasar ritel tanah air dengan jumlah gerai terbanyak se-Indonesia. Presiden Direktur Indoritel Haliman Kustedjo mengungkapkan bahwa jumlah ritel Indomaret telah mencapai sekitar 20.200 gerai pada akhir semester I tahun 2022.



Gambar 1. Data ritel dengan nilai konsumen tertinggi

Sumber : YouGov 2021

Indomaret memuncaki klasemen ritel dengan nilai konsumen tertinggi di Indonesia pada tahun 2021. Perusahaan ritel milik Anthoni Salim tersebut meraih skor nilai konsumen sebesar 42,9 poin. Hal ini menunjukkan bahwa Indomaret mempunyai jumlah outlet yang lebih banyak dibandingkan kompetitor terdekatnya. Menghadapi perlawanan yang kuat dari kompetitor, Indomaret berkomitmen akan terus menjaga stoknya, sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Semua produk yang diperlukan dipasok oleh Indomaret sendiri, saat berbelanja, konsumen harus memastikan bahwa mereka dapat dengan mudah mendapatkan banyak produk di satu tempat. Oleh karena itu, Indomaret harus mengambil keputusan yang tepat mengenai ragam produk yang akan dijual, karena ragam produk yang beragam baik dari segi merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk memudahkan konsumen untuk memilih dan membeli produk yang berbeda. keinginan Anda. Produk yang dijual oleh Indomaret dan toko lain khususnya toko tradisional adalah sama. Namun, Indomaret menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko ritel tradisional. Meskipun Indomaret menawarkan dengan harga yang lebih tinggi, namun Indomaret tetap diminati oleh banyak konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini membuat peneliti tertarik akan dampak kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan

pembelian konsumen.

Menurut I Ketut Sudarnaya dan Sukadana (2022) keputusan pembelian dalam aktivitas manusia adalah suatu metode penyelesaian masalah pembelian barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang, yang terdiri dari mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mencari informasi dan mengevaluasi.

A dan Daniaty (2017) mendefinisikan keragaman produk sebagai kumpulan dari semua produk dan barang yang ditawarkan kepada pembeli oleh penjual tertentu, dengan produk yang dapat dipilih dalam setiap kelompok produk. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah jumlah produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli dalam setiap kelompok produk. Semakin beragam jumlah dan jenis yang dijual di satu tempat, konsumen semakin senang karena tidak harus berbelanja di tempat yang berbeda. Ketersediaan barang di suatu supermarket meliputi berbagai macam merek, jenis kemasan dan ukuran barang yang dijual, serta rasa yang berbeda dari produk yang akan dibeli.

Keputusan pembelian tidak bergantung pada ketersediaan berbagai produk, faktor lokasi dan pengaruh kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian. Sebaiknya perusahaan menempatkan lokasi usahanya ditempat yang dekat dengan keramaian atau aktifitas masyarakat. Di sisi lain, konsumen dapat berbelanja dengan mudah karena berada di lokasi yang strategis dengan aktivitas masyarakat atau dekat dengan tempat tinggalnya. Sehingga pembeli mudah menjangkau tempat tersebut untuk membeli barang yang dibutuhkan. Selain faktor lokasi, kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan berharap dengan pelayanan yang ramah dapat meningkatkan keputusan pembelian baik melalui prosedur yang telah ditentukan oleh perusahaan. Indomaret juga melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan jumlah konsumennya. Hal ini juga diharapkan dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan

uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret?
4. Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret.
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret.
3. Mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil kajian ini bisa dijadikan acuan pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi bagi pendidikan ekonomi dengan menerapkan teori-teori tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk peneliti, penelitian ini digunakan sebagai alat agar teori yang dipelajari di perkuliahan dapat langsung diterapkan dalam kehidupan nyata sehari-hari, sehingga pemahaman peneliti akan semakin meningkat.

2. Manfaat Praktis

Dari sisi Indomaret, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk masukan dalam hal kualitas pelayanan, lokasi yang tepat dan keragaman produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Keputusan Pembelian

Menurut Fauziah Irfan dan Slamet (2017), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang populer diantara beberapa pilihan yang ada, mungkin dua factor akan berbeda antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang sebenarnya.

Menurut Handoko (2017), penentuan keputusan pembelian merupakan langkah dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan pembelian adalah pilihan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people dan process*, membentuk sikap konsumen untuk memproses semua informasi dan menarik kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli Polla dkk. (2018).

Keputusan pembelian ialah kegiatan individu yang secara langsung terlibat di dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler dan Armstrong (2009) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:

1. Faktor Budaya: Budaya, Sub budaya, kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian.
2. Faktor Sosial: Perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi faktor sosial diantaranya kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. Faktor pribadi: Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup,

pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli.

4. Faktor Psikologis: faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Menurut Swastha (2005), keputusan pembelian merupakan suatu metode pemecahan masalah dalam aktivitas manusia untuk membeli barang atau jasa. Indikator-indikator keputusan pembelian diantaranya adalah :

1. Pengenalan kebutuhan dan keinginan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi terhadap alternative pembelian

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan tingkat tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Saputra dan Ardani (2020), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan keunggulan ini untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan. Oleh karena itu kualitas layanan yang baik atau buruk tergantung pada kemampuan penyedia untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan para pelanggan dan diakhiri dengan persepsi pelanggan, Handoko (2017). Menurut Susanti dkk. (2021) kualitas pelayanan terdiri atas aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Menurut Polla dkk. (2018) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifikasi 10 indikator utama yang menentukan kualitas pelayanan, yakni :

1. *Realibility* (Reabilitas)
2. *Responsiveness* (Daya tanggap)
3. *Competence* (Kompetensi)
4. *Access* (Akses)
5. *Courtesy* (Kesopanan)
6. *Communication* (Komunikasi)
7. *Credibility* (Kredibilitas)
8. *Security* (Keamanan)
9. *Understanding/knowning the customer* (Memahami/Mengetahui Pelanggan)
10. *Tangible* (Berwujud)

3. Lokasi

Menurut Mimi dan Daniaty (2017) Lokasi adalah struktur fisik toko yang membentuk kesan utama toko pada konsumen. Oleh karena itu, lokasi toko retail sangat penting bagi konsumen.

Menurut Fadmawati (2014) Lokasi merupakan faktor penting dalam memulai usaha. Karena lokasi yang dipilih harus mampu berkembang secara ekonomi, agar perusahaan dapat bertahan. Konsumen berbelanja di tempat-tempat yang dekat dan mudah dijangkau. Lokasi yang strategis memudahkan aksesibilitas bagi konsumen karena lokasinya yang dekat dengan pusat keramaian, nyaman dan aman, serta tersedianya tempat parkir yang luas disukai konsumen. Oleh karena itu lokasi juga harus diperhatikan

oleh para pengusaha agar lokasi mini market mudah dijangkau oleh konsumen.

Menurut Polla dkk. (2018) Berpendapat bahwa lokasi adalah tempat beroperasinya suatu perusahaan atau tempat suatu perusahaan melakukan kegiatan memproduksi barang dan jasa dari sudut pandang ekonomi. Indikator-indikator lokasi diantaranya adalah:

1. Keterjangkauan lokasi.
2. Kelancaran akses menuju lokasi.
3. Kedekatan lokasi.

4. Keragaman Produk

Menurut Fadmawati (2014) keragaman produk adalah kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang tersebut. Konsumen cenderung memilih supermarket yang menawarkan berbagai produk yang lebih lengkap, dalam hal ini menyangkut kedalaman, keluasan dan kualitas. Ketersediaan barang di suatu supermarket meliputi berbagai macam merek, jenis dan ukuran barang yang dijual, serta rasa yang berbeda dari produk yang akan dibeli. Bagi sebuah supermarket, kelengkapan barang merupakan faktor penting untuk menarik konsumen. Meski harga jualnya lebih tinggi dari supermarket lain, supermarket ini menarik banyak pengunjung karena beragamnya barang yang dijual. Semakin lengkap supermarket maka semakin baik memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli Handoko (2017). Menurut Mimi dan Daniaty (2017) keragaman produk adalah jumlah produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli di setiap kategori produk. Semakin beragam jumlah dan jenis yang dijual di satu tempat, konsumen semakin senang karena tidak harus berbelanja di tempat yang berbeda.

Keragaman produk menurut Fauziyah Irfan dan Slamet (2017) ialah keragaman produk yang berarti kedalaman, keluasan dan kualitas rangkaian produk serta ketersediaan produk tersebut di mini market setiap saat. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berarti variasi produk menyangkut kelengkapan produk, mulai dari merek, ukuran dan kualitas, hingga ketersediaan produk tersebut di minimarket setiap saat. Salah satu elemen kunci dalam persaingan antar perusahaan ritel adalah keragaman produk dari minimarket ritel.

Menurut Hafidzi (2013) menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk meliputi variasi barang yang dijual di supermarket dan ketersediaan barang tersebut di supermarket. . Indikator dari kelengkapan produk, yaitu:

1. Keragaman produk yang dijual
2. Variasi produk yang dijual
3. Ketersediaan produk yang dijual
4. Macam merek yang tersedia

B. Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel Independen	Hasil
1.	Handoko (2017)	Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Di Pujasera Sumbersari Kabupaten Jember)	Keragaman Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan	Keragaman produk, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian jasa makanan dan minuman pada pujasera sumbersari jember
2.	Fadmawati (2014)	Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Andina	Keragaman Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian menunjukan bahwa harga, pelayanan, lokasi, keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket andina.
3.	Fauziyah Irfan dan Slamet (2017)	Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada mini market Alkhaibar)	Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa harga, pelayanan, lokasi dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4.	Lestari (2021)	Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Kecamatan Sumbersari Jember	Keragaman Produk Dan Harga	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keragaman produk dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
5.	Polla dkk (2018)	Analisis Pengaruh Harga, Promosi,	Harga, Promosi, Lokasi Dan	Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas

		Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Penelitian Ini Menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda Jalan Sea	Kualitas Pelayanan	Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea
6.	I Ketut Sudarnaya dan Sukadana (2022)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Alfamart	Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi	Hasil dari penelitian ini adalah Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Alfamart (Studi Kasus Pada Alfamart Raya Sangsit)
7.	Rivaldo dkk (2021)	Pengaruh Physical Evidence, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada Indomaret Sungai Harapan Batam	Pengaruh Physical Evidence, Promosi Dan Lokasi	Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa physical evidence berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Physical evidence, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
8.	Wakidah (2015)	Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di	Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi	Hasil penelitian ini adalah Variabel keragaman produk, lokasi dan promosi memiliki pengaruh yang

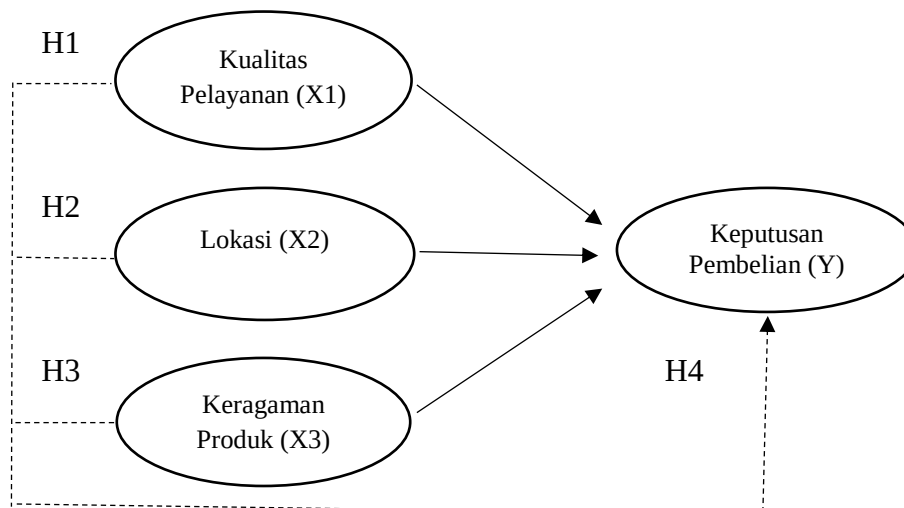
		Indomaret (Study Kasus Pada Konsumen Indomaret Jalan Kh. Ahmad Dahlan No.71 Cabang Kota Kediri)		signifikan terhadap keputusan pembelian
9.	A dan Daniaty (2017)	Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat	Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman	Hasil dari penelitian ini adalah harga, layanan, tempat, dan keragaman produk signifikan terhadap keputusan pembelian di Hypermart
10.	Susanti dkk (2021)	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan	Lokasi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Badung.
11.	Saputra dan Ardani (2020)	Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian ini adalah variabel digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
12.	Elly (2018)	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan	Hasil dari penelitian ini adalah lokasi dan pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran pada imam market kisaran
13.	Agustina (2017)	Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan	Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk	Pada analisis data hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa suasana toko (X1) berpengaruh secara

		Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora		signifikan terhadap keputusan pembelian dan keanekaragaman produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Toserba Maya di Kec. Randublatung Kab. Blora
14.	(Widodo, 2016)	Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga)	Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga

Sumber : Data Sekunder Diolah 2023

C. Kerangka Pikir

Berikut merupakan hubungan antara variabel independent dan dependent



Gambar 2 : Kerangka Pikir

Berdasarkan gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independent.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi munculnya variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), keragaman produk (X3).

D. Hipotesis

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Menurut Saputra dan Ardani (2020) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah VII Denpasar. Hal ini berarti penggunaan Kualitas Pelayanan yang semakin baik dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

Menurut Susanti dkk. (2021) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Badung. Hasil penelitian ini serupa juga sudah dilakukan oleh Handoko (2017), Fadmawati (2014), Fauziyah Irfan dan Slamet (2017), Polla, Mananeke dan Taroreh (2018), I Ketut Sudarnaya dan Sukadana (2022), Elly (2018)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, maka rumusan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Menurut Fadmawati (2014) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina.

Fauziyah Irfan dan Slamet (2017) Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel, lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Mini Market Alkhaibar. Hasil penelitian ini serupa juga sudah dilakukan oleh Polla dkk (2018) I Ketut Sudarnaya dan Sukadana (2022) Rivaldo dkk (2021) Wakidah (2015) A dan Daniaty (2017) Susanti dkk (2021) Elly (2018).

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. maka rumusan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H2: Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

3. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian

Agustina (2017) keanekaragaman produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Maya di Kec. Randublatung Kab. Blora.

Mimi dan Daniaty (2017) keragaman produk berpengaruh pada keputusan pembelian pada Hypermart Puri Indah di Jakarta Barat. Apabila keragaman produk yang ditawarkan lengkap maka keputusan pembelian akan meningkat. Hasil penelitian ini serupa juga sudah

dilakukan oleh Handoko (2017) Fadmawati (2014) Fauziyah Irfan dan Slamet (2017) Wakidah (2015) Susanti dkk (2021) Agustina (2017).

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keragaman produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. maka rumusan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H3: Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H4: Kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
4. Kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada ruang lingkup responden yang berbeda dengan jumlah responden yang lebih besar. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel variabel bebas yang lain dalam menganalisis apa saja yang mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian selain pengetahuan kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk. Saran untuk variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Semakin strategis lokasi pemilihan untuk mendirikan Indomaret maka hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian..
3. Semakin lebih banyak lagi pengetahuan mengenai banyaknya keragaman produk yang dijual maka hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Untuk penelitian selanjutnya agar menambah jumlah variabelnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2017) “Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), hal. 39–43. Tersedia pada: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/17959>.
- Elly, R. (2018) “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran,” *Journal of Science and Social Research*, 1(February), hal. 7–12.
- Fadmawati, P.M. (2014) “Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Andina,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, hal. 195–207. Tersedia pada: <http://eprints.ums.ac.id>.
- Fauziyah Irfan, A.W. dan Slamet, dan A.R.S. (2017) “Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” hal. 118.
- Hafidzi, A.A. (2013) “Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro),” hal. 1–107.
- Hair, J. (2017) “Multivariate Data Analysis.pdf,” *Australia : Cengage*, hal. 758.
- Handoko, I. (2017) “Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus di Pujasera Summersari Kabupaten Jember),” *Journal of Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember*, 3(1), hal. 46–58. Tersedia pada: <http://repository.unmuhjember.ac.id/255/>.
- I Ketut Sudarnaya dan Sukadana, I.M. (2022) “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Alfamart,” *Artha Satya Dharma*, 15(1), hal. 07–17. Tersedia pada: <https://doi.org/10.55822/asd.v15i1.242>.
- Lestari, A.A. (2021) “Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Kecamatan Summersari Jember,” *Die Satzung des Völkerbundes*, hal. 102–105. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1515/9783112372760-014>.
- Mimi dan Daniaty, F. (2017) “Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat,” *Jurnal Ekonomi*, 22(1), hal. 124–131. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>.
- Nurtantiono, A. et al. (2021) “Antara Persepsi Dan Pengaruh Lingkungan Terdekat,

Faktor Penentu Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor ‘Honda,’” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02). Tersedia pada: <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2988>.

Polla, F.C., Mananeke, v cL. dan Taroreh, R.N. (2018) “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), hal. 3068–3077. Tersedia pada: <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>.

Rivaldo, Y., Yusman, E. dan Supardi (tanpa tanggal) “Pengaruh Physical Evidence, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada Indomaret Sungai Harapan Batam,” 1(1).

Saputra, G.W. dan Ardani, I.G.A.K.S. (2020) “Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), hal. 2596. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>.

Susanti, N.K.D., Susanti, P.H. dan Suputra, G.A. (2021) “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung,” 1(1), hal. 144–163.

Wakidah, A. (2015) “Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret (Study kasus pada konsumen Indomaret Jalan KH. Ahmad Dahlan No.71 Cabang Kota Kediri),” *Arikel Skripsi*, (71), hal. 4.

Widodo, T. (2016) “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga),” *Nature Methods*, 7(6), hal. 2016. Tersedia pada: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997> %0Ahttp://doi.wiley.com/10.1111/jne.12374.

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

I. Identitas Responden

Nama : (opsional)

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 26-30 tahun
☐ 21-25 tahun ☐ >30 tahun

Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Wiraswasta
☐ Karyawan/PNS ☐ Lainnya

Penghasilan : ☐ < Rp1.000.000 ☐ Rp.
3.100.000 – Rp5.000.000
☐ Rp 1.000.000 – Rp. 3.000.000 ☐ > Rp.
5.000.000

Status : ☐ Belum Menikah ☐ Sudah
Menikah

1. Apakah anda mengetahui Indomaret ?

☐ YA ☐ TIDAK

2. Apakah anda sudah pernah membeli di Indomaret ?

☐ YA ☐ TIDAK

3. Sudah berapa kali anda membeli Indomaret ?

☐ Tidak pernah

☐ > 2 kali

☐ 3-5 kali

☐ 6-10 kali

☐ > 10 kali

Keterangan Cara Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban dibawah ini yang berkaitan dengan pendapat Anda.

Keterangan :

1 : Sangat tidak setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Netral (N)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

1. KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pegawai Indomaret sigap dalam melayani konsumen					
2	Pegawai Indomaret mennginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Indomaret					
3	Pegawai Indomaret memiliki kompetensi yang baik					
4	Indomaret menyediakan kemudahan akses dalam memilih barang					
5	Pegawai Indomaret melayani dengan sopan					
6	Pegawai Indomaret dapat berkomunikasi dengan baik					
7	Pegawai Indomaret mempunyai kredibilitas yang baik					
8	Keamanan dalam berbelanja terjamin					
9	Pegawai memahami pelanggan yang berbelanja					
10	Kondisi ruangan Indomaret tertata rapi dan bersih					

2. LOKASI

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi Indomaret yang mudah dijangkau dapat meningkatkan jumlah pengunjung					
2	Akses lokasi yang mudah menjadi salah satu alasan konsumen untuk membeli di Indomaret					
3	Lokasi Indomaret yang strategis dekat dengan keramaian dapat meningkatkan penjualan					

3. KERAGAMAN PRODUK

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih Indomaret karena memiliki produk yang beragam					
2	Saya memilih Indomaret karena terdapat banyak variasi produk					
3	Saya yakin produk yang saya cari tersedia di Indomaret					
4	Merk produk yang beragam menjadi alasan saya mengunjungi Indomaret					

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya Membeli di Indomaret karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan					
2	Saya mantab membeli di indomaret setelah mengetahui informasi					
3	Saya yakin ada banyak alternatif produk di Indomaret					