

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Laporan Penelitian

1. Profil Pasar Tradisional

Pasar lahir dari keinginan beberapa orang untuk memperoleh bahan kebutuhan. Pada mulanya transaksi di pasar dilakukan dengan tukar-menukar barang yang dimiliki dengan barang yang diinginkan. Perkembangan berikutnya transaksi dilakukan dengan menggunakan mata uang yang memiliki nilai tertentu sehingga masyarakat yang tidak memiliki barang pun dapat membeli kebutuhannya. (Herman Malano, 2011, hal 1)

Pasar begitu akrab dengan kehidupan masyarakat, baik itu di kota ataupun di desa. Di pasar kita dapat berbelanja sayuran, daging, bahan-bahan pokok, bahan pangan maupun papan. Di Banjarmasin saat ini ada kurang lebih 60 pasar tradisional. (Herman Malano, 2011, hal.1)

Pasar tradisional sebenarnya menawarkan banyak kelebihan. Selain harga yang diberikan lebih murah, berbagai kebutuhan masih bisa ditawarkan. Hal ini sangat cocok dengan masyarakat di Kota Banjarmasin, khususnya masyarakat kalangan menengah ke bawah, meskipun dengan kualitas yang relatif miring dibandingkan dengan kualitas barang yang ada di pasar modern (Supermarket atau mal). (Herman Malano, 2011, hal.3).

2. Deskripsi Responden

Data responden dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan google form dan disebarikan secara *online*. Dalam penelitian ini responden berjumlah 96 orang dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan transaksi di pasar tradisional minimal 1 kali. Total item/ Pernyataan dalam kuesioner berjumlah 16 butir dan 8 butir pertanyaan untuk mengetahui identitas pribadi responden.

Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 96 responden yang diperoleh:

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	F	Presentase
1	Laki-laki	11	11%
2	Perempuan	85	89%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden perempuan berjumlah 85 orang dengan presentase sebesar 89% dan responden laki-laki berjumlah 11 orang dengan presentase sebesar 11%. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	F	Presentase
1	15 – 25 Tahun	84	88%
2	26 – 35 Tahun	3	3%
3	>36	9	9%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel data di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh responden yang berusia sekitar 15-25 tahun berjumlah 84 orang dengan presentase sebesar 88%, responden yang berusia sekitar 26-35 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase sebesar 3% dan responden yang berusia sekitar >35 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase sebesar 9%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia sekitaran 15-25 tahun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	F	Presentase
1	SMP	3	3%
2	SMA	70	73%

3	Diploma	5	5%
4	Strata 1 (S1)	18	19%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 3 orang dengan presentase sebesar 3%, responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 70 orang dengan presentase sebesar 73%, responden dengan pendidikan terakhir Diploma berjumlah 5 orang dengan presentase sebesar 5%, dan responden dengan pendidikan terakhir Strata 1 (S1) berjumlah 18 orang dengan presentase sebesar 19%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA.

d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	F	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	65	68%
4	Wiraswasta	7	7%
5	Guru/Dosen	3	3%
6	Lainnya	21	22%

	Total	96	100%
--	-------	----	------

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diperoleh dengan responden yang berstatus Pelajar/Mahasiswa berjumlah 65 orang dengan presentase sebesar 68%, responden yang berstatus Wiraswasta berjumlah 7 orang dengan presentase sebesar 7%, responden yang berstatus Guru/Dosen berjumlah 3 orang dengan presentase sebesar 3%, dan responden yang berstatus lainnya berjumlah 21 orang dengan presentase sebesar 22%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ini didominasi responden berstatus Pelajar/Mahasiswa

e. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan

No	Pendidikan Terakhir	F	Presentase
1	< 1.000.000	63	66%
2	1.100.000 – 5.000.000	30	31%
3	5.100.000 – 10.000.00	3	3%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan diperoleh dengan responden dengan tingkat pendapatan <1.000.000 berjumlah 63 orang dengan presentase sebesar 66%, responden dengan tingkat pendapatan 1.100.000-5.000.000 berjumlah 30 orang dengan presentase sebesar 31%, dan responden dengan tingkat pendapatan 5.100.000-10.000.000 berjumlah 3 orang dengan presentase sebesar 3%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan didominasi oleh responden dengan tingkat pendapatan kurang dari 1.000.000.

f. Responden berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan di pasar Tradisional

Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan di Pasar Tradisional

No	Pendidikan Terakhir	F	Presentase
1	< 2 kali	46	48%
2	3 Kali	15	16%
3	4 Kali	5	5%
4	>5 Kali	30	31%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan selama satu bulan terakhir

diperoleh dengan responden dengan tingkat transaksi < 2 kali berjumlah 46 orang dengan presentase sebesar 48%, responden dengan tingkat transaksi 3 kali berjumlah 15 orang dengan presentase sebesar 16%, responden dengan tingkat transaksi 4 kali berjumlah 5 orang dengan presentase sebesar 5%, dan responden dengan tingkat transaksi > 5 kali berjumlah 30 orang dengan presentase sebesar 30%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi didominasi oleh responden dengan tingkat transaksi kurang dari 2 kali.

3. Deskripsi Penelitian

a. Variabel Pelayanan

1) Indikator pelayanan ramah dan terjalin keakraban

Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai pelayanan yang ramah dan terjalin keakraban di Pasar Tradisional

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	25	26%
2	Setuju (S)	70	73%
3	Tidak Setuju (TS)	1	1%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 70

orang dengan presentase sebesar 73%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang di pasar Tradisional sangat ramah dan terjalin keakraban dengan pembeli.

2) Indikator pelayanan yang cepat dan tangap

Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai pelayanan yang cepat dan tangap

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	16%
2	Setuju (S)	73	76%
3	Tidak Setuju (TS)	8	8%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 75 orang dengan presentase sebesar 78%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh para pedagang pada pasar tradisional cepat dan tangap

3) Indikator pelayanan yang jujur

Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai pelayanan dengan jujur

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	12	12%
2	Setuju (S)	60	63%

3	Tidak Setuju (TS)	23	24%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 60 orang dengan presentase sebesar 63%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang di pasar Tradisional jujur, memberikan barang sesuai apa yang diinginkan dan memperhatikan masa kadaluarsa barang..

4) Indikator pelayanan memberikan nota belanja

Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai pedagang yang memberikan nota

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	17	18%
2	Setuju (S)	61	63%
3	Tidak Setuju (TS)	17	18%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 63

orang dengan presentase sebesar 66%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang di pasar Tradisional selalu memberikan nota belanja kepada para konsumen.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel pelayanan diatas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel pelayanan.

Tabel 4.11 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari pelayanan

Item	SS		S		TS		STS		Rata-rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%			
X _{1.1}	25	26%	70	73%	1	1%	0	0%	3,25	96	100%
X _{1.2}	15	16%	73	76%	8	8%	0	0%	3,07	96	100%
X _{1.3}	12	12%	60	63%	23	24%	1	1%	2,86	96	100%
X _{1.4}	17	18%	61	63%	17	18%	1	1%	2,97	96	100%
Rata-rata Mean									12,15		
Grand Total Mean									3,0375		

b. Variabel kelengkapan Produk

- 1) Pada pasar tradisional tersedia berbagai produk pangan maupun non pangan

Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai tersedianya berbagai produk pangan maupun non pangan

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	39	41%
2	Setuju (S)	57	59%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 59%. Hal ini menunjukkan bahwa di pasar tradisional tersedia barang pangan maupun non pangan.

2) Produk yang dijual dipasar tradisional terdiri dari berbagai macam merk

Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai produk yang dijual terdiri dari berbagai macam merk

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	43	45%
2	Setuju (S)	49	51%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 52

orang dengan presentase sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional menyediakan berbagai macam merek produk.

- 3) Semua keperluan sehari-hari tersedia dengan lengkap di pasar tradisional

Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai keperluan sehari-hari tersedia dengan lengkap

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	31	32%
2	Setuju (S)	58	61%
3	Tidak Setuju (TS)	7	7%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 57 orang dengan presentase sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional menyediakan produk dan bahan keperluan sehari-hari .

- 4) Produk yang dijual pada pasar tradisional sangat bervariasi

Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai produk yang dijual bervariasi

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	38	40%
2	Setuju (S)	55	57%

3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 57%. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional menyediakan berbagai macam variasi produk dan bahan.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel kelengkapan produk di atas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel kelengkapan produk.

Tabel 4.16 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari kelengkapan produk

Item	SS		S		TS		STS		Rata-rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%			
X _{2.1}	39	41%	57	59%	0	0%	0	0%	3,40	96	100%
X _{2.2}	43	45%	49	51%	4	4%	0	0%	3,40	96	100%
X _{2.3}	31	32%	58	61%	7	7%	0	0%	3,25	96	100%
X _{2.4}	38	40%	55	57%	3	3%	0	0%	3,36	96	100%
	Rata-rata Mean								53,41		

	Grand Total Mean	13,3525
--	------------------	---------

c. Variabel Keputusan konsumen

1) Indikator mencari informasi

Tabel 4. 17 Sebelum memutuskan untuk berbelanja, responden berusaha untuk mencari informasi kelengkapan produk di Pasar Tradisional

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	21%
2	Setuju (S)	58	60%
3	Tidak Setuju (TS)	17	18%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 59 orang dengan presentase sebesar 61%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berusaha untuk mencari informasi kelengkapan produk sebelum bertransaksi di pasar tradisional.

2) Indikator pelayanan yang ramah dan terjalin keakraban

Tabel 4.18 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena pelayanan yang diberikan sangat ramah dan terjalin keakraban dengan para pedagang

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	23	24%
2	Setuju (S)	65	68%
3	Tidak Setuju (TS)	8	8%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 66 orang dengan presentase sebesar 69%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang di pasar Tradisional sangat ramah dan terjalin keakraban dengan pembeli.

3) Indikator jujur dan tanggap

Tabel 4.19 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena para pedagang berlaku jujur dan tanggap dalam melayani pembeli

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	16	17%
2	Setuju (S)	70	73%
3	Tidak Setuju (TS)	10	10%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 74 orang dengan presentase sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang di Pasar Tradisional jujur dan tanggap dalam melayani para konsumen.

4) Indikator memahami keinginan pembeli

Tabel 4.20 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena para pedagang memahami apa yang diinginkan oleh pembeli

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	18	19%
2	Setuju (S)	67	70%
3	Tidak Setuju (TS)	11	11%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 73 orang dengan presentase sebesar 76%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memahami apa yang diinginkan para pembeli.

5) Indikator barang dicari dengan mudah

Tabel 4.21 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena barang yang responden butuhkan dapat dicari dengan mudah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
----	-----------------	---	------------

1	Sangat Setuju (SS)	23	24%
2	Setuju (S)	69	72%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 71 orang dengan presentase sebesar 74%. Hal ini menunjukkan bahwa berbelanja di Pasar Tradisional dapat dengan mudah mencari barang atau produk yang dibutuhkan.

6) Indikator variasi dan berbagai macam merk

Tabel 4.22 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena produk yang tersedia sangat bervariasi dan terdiri dari berbagai macam merk

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	24	25%
2	Setuju (S)	61	64%
3	Tidak Setuju (TS)	11	11%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 65 orang dengan

presentase sebesar 68%. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan bahan yang tersedia di Pasar Tradisional bervariasi dan berbagai macam merk

7) Indikator ajakan dari keluarga

Tabel 4.23 Responden memutuskan untuk berbelanja di Pasar Tradisional karena ajakan dari keluarga dan teman-teman

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	12	12%
2	Setuju (S)	61	64%
3	Tidak Setuju (TS)	20	21%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 63 orang dengan presentase sebesar 66%. Hal ini menunjukkan bahwa ajakan dari keluarga dan teman-teman dapat meningkatkan keputusan pembelian di Pasar Tradisional.

8) Indikator merekomendasikan kepada orang lain

Tabel 4.24 Pelayanan dan kelengkapan produk yang ada di Pasar tradisional membuat responden ingin merekomendasikannya kepada orang lain

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	16	17%

2	Setuju (S)	74	77%
3	Tidak Setuju (TS)	6	6%
	Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi setuju pada pernyataan ini berjumlah 78 orang dengan presentase sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang akan merekomendasikan kepada orang lain untuk belajar di Pasar Tradisional.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel keputusan konsumen diatas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel keputusan konsumen

Tabel 4.25 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari keputusan konsumen

Item	SS		S		TS		STS		Rata-rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%			
Y ₁	20	21%	58	60%	17	18%	1	1%	3,01	96	100%
Y ₂	23	24%	65	68%	8	8%	0	0%	3,15	96	100%
Y ₃	16	17%	70	73%	10	10%	0	0%	3,06	96	100%
Y ₄	23	24%	65	68%	8	8%	0	0%	3,07	96	100%

Y ₅	18	19%	67	70%	11	11%	0	0%	3,19	96	100%
Y ₆	23	24%	69	72%	4	4%	0	0%	3,13	96	100%
Y ₇	24	25%	61	64%	11	11%	0	0%	2,85	96	100%
Y ₈	12	12%	61	64%	20	21%	3	3%	3,10	96	100%
	Rata-rata Mean								24,56		
	Grand Total Mean									3,07	

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat ke validan dari instrumen (kuesioner) yang dipakai dalam pengumpulan data yang didapat dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden. (Ricki Yuliardi, 2017, hlm. 93).

Instrumen penelitian yang akan di uji validitasnya dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner. Adapun yang menjadi objek pengukuran kevalidaanya adalah variabel pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar Tradisional menggunakan alat ukur SPSS 25

Uji validitas digunakan pada setiap saat butir pertanyaan, dan hasilnya dapat dilihat menggunakan hasil r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} , di

mana r_{tabel} dapat diperoleh dari df (*degree of freedom*) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel) sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ dengan level 5% dan nilai sig.(2;tailed) serta *Pearson Correlation* bernilai positif, maka butir pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ dengan level 5% dan nilai sig.(2;tailed) serta *Pearson Correlation* bernilai negatif maka dinyatakan tidak valid.

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas item kuesioner untuk variabel independen (Pelayanan dan kelengkapan produk) dan variabel dependen (Keputusan konsumen)

Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai Sig	Ket
Pelayanan (X ₁)	X1.1	0,563	0,2006	0,000	Valid
	X1.2	0,563	0,2006	0,000	Valid
	X1.3	0,449	0,2006	0,000	Valid
	X1.4	0,303	0,2006	0,003	Valid

Variabel	Kode Item	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai Sig	Ket
----------	--------------	-------------------	------------------	--------------	-----

Kelengkapan	X2.1	0,524	0,2006	0,000	Valid
Produk (X ₂)	X2.2	0,412	0,2006	0,000	Valid
	X2.3	0,531	0,2006	0,000	Valid
	X2.4	0,547	0,2006	0,000	Valid

Variabel	Kode Item	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai Sig	Ket
Keputusan	Y1	0,560	0,2006	0,000	Valid
Konsumen (Y)	Y2	0,661	0,2006	0,000	Valid
	Y3	0,738	0,2006	0,000	Valid
	Y4	0,696	0,2006	0,000	Valid
	Y5	0,592	0,2006	0,000	Valid
	Y6	0,627	0,2006	0,000	Valid
	Y7	0,438	0,2006	0,030	Valid
	Y8	0,658	0,2006	0,000	Valid

Sumber, SPSS 25

Nilai R tabel dapat dihitung menggunakan rumus berikut ini :

$$Df = N-2$$

$$Df = 96-2 = 94$$

Tingkat signifikan 0,05 atau 5%, jadi didapat R tabel 0,2006 (dilihat pada tabel R)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan variabel independen (Pelayanan (X_1) dan Kelengkapan produk (X_2)) dan variabel dependen (Kepurusan Konsumen (Y)) dinyatakan valid, karena nilai r_{hitung} dari seluruh item lebih besar dari r_{tabel} dan nilai Sig.(2-tailed) seluruh item kurang dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian yang berkenaan dengan tingkat ketetapan hasil pengukuran. Pengujian ini dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, bila pengujian tersebut digunakan untuk mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya sama. (Ricky Yuliardi, 2017, hlm. 102). Kuesioner dikatakan reliabilitas jika jawaban dari responden itu konsisten dan kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$ atau 6% maka dinyatakan reliabilitas atau konsisten
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<,60$ atau 6% maka dinyatakan tidak reliabilitas atau tidak konsisten

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel independen (Pelayanan (X_1) dan Kelengkapan produk (X_2)) dan variabel dependen (Kepurusan Konsumen (Y))

Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	<i>Croanbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Ket
1	Pelayanan (X1)	0,624	0,60	Reliabel
2	Kelengkapan Produk (X2)	0,802	0,60	Reliabel
3	Keputusan Konsumen (Y)	0,759	0,60	Reliabel

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel independen (Pelayanan (X_1) dan Kelengkapan produk (X_2)) dan variabel dependen (Kepurusan Konsumen (Y)) dinyatakan reliabel, karena nilai dari seluruh *Croanbach's Alpa* lebih besar dari 0,60 dan memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan sebagai syarat untuk melakukan uji statistika parametrik. Uji ini diperlukan untuk mengetahui apakah pada populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik ialah data yang normal di dalam pendistribusianny. (Ricki Yuliardi, 2017, hlm. 113). Penelitian ini dilakukan dengan uji *Kolmogrev-Smirnov* dengan alat statistik SPSS 25

dan dengan melihat pola P-P *plot*. Kriteria pengambilan keputusan normal atau tidak normalnya data yang diolah sebagai berikut:

>0,05 maka data berdistribusi normal

<0,05 maka data tidak berdistribusi normal

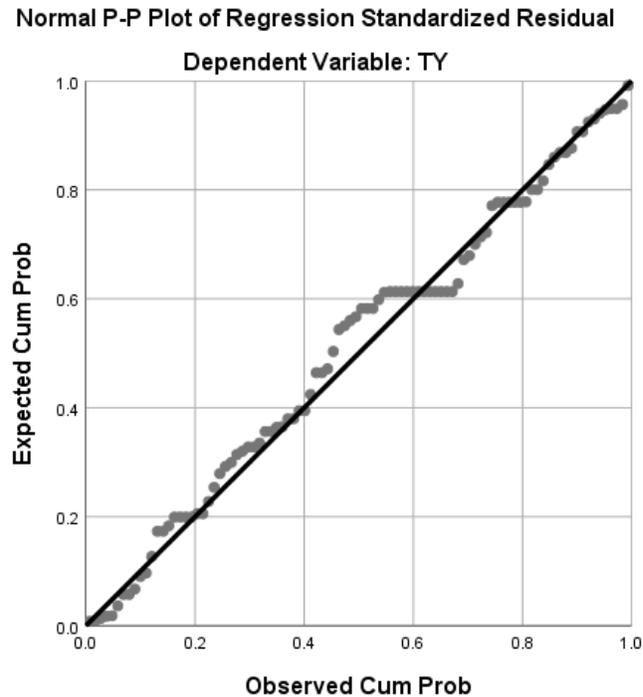
Berikut hasil dari pengujian normalitas data pada penelitian:

Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78199468
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.063
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber, SPSS 25



Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* di atas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,078 lebih besar dari pada 0,05 ($0,078 > 0,05$) dan terlihat bahwa pola *P-P plot* menunjukkan titik-titik berada disekitaran garis regresi atau mengikuti garis regresi. Hal ini meunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi dengan menghitung koefisien kolerasi ganda dan membandingkan dengan koefisien kolerasi antara variabel bebas. Uji ini digunakan untuk mengetahui kesalahan

standar estimasi model dalam penelitian. (Imam Gunawan, 2016, hlm. 102).

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai:

- 1) Jika nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Jika nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi gejala multikolinearitas.

Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian:

Table 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)		5.065	1.723		2.940	.004		
X ₁		.856	.134	.473	6.371	.000	.813	1.230
X ₂		.679	.118	.428	5.764	.000	.813	1.230

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel hasil uji di atas dapat diketahui bahwa variabel pelayanan (X₁) memiliki nilai *tolerance* 0,813 $> 0,10$ dengan nilai VIF

sebsesar $1,230 < 10,00$. Hasil ini menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan dan kelengkapan produk tidak terjadi gejala multikolinearitas karena hasil pengujian memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji yang variabel-variabel dalam model tidak sama. (Imam Gunawan, 2016, hlm. 102). Uji ini menggunakan Uji *Sperman Rank* dengan alat statistika SPSS 25 dan dengan melihat pola *scatterplot*. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pada pola gambar *scatterplot* adalah jika titik yang menyebar di atas dan di bawah saja serta titik-titik tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Adapun untuk dasar pengambilan keputusan ujian *Spearman Rank* ini ialah:

- 1) Jika nilai Sig.(2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas
- 2) Jika nilai Sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka terjadi gejala heterokedastisitas

Berikut hasl pengujian heterokedastisitas dengan melihat uji *Sperman Rank* dan pola *scatterplot* :

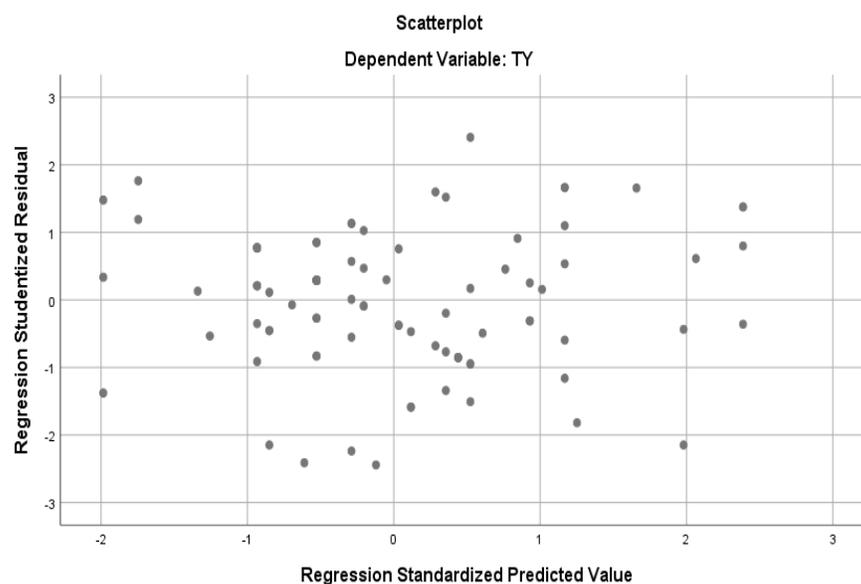
Tabel 4.30 Hasil Uji Heterokedastisitas Sperman Rank

		Correlations			
		TX1	TX2	Unstandardiz ed Residual	
Spearman's rho	Pelayanan	Correlation	1.000	.370**	-.037
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.721

	N	96	96	96
Kelengkapan Produk	Correlation Coefficient	.370**	1.000	-.021
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.840
	N	96	96	96
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.037	-.021	1.000
	Sig. (2-tailed)	.721	.840	.
	N	96	96	96

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa diperoleh nilai Sig.(2-tailed) variabel Pelayanan (X_1) sebesar $0,721 > 0,05$ nilai Sig.(2-tailed) variabel Kelengkapan produk (X_2) sebesar $0,840 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan kelengkapan produk tidak terjadi gejala Heterokedastisitas pada penelitian ini.



Sumber, SPSS 25

Dilihat dari gambar pola *scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 serta menyebar acak tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pelayanan dan kelengkapan produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen. Berikut ini hasil dari persamaan regresi linier berganda, yaitu:

Tabel 4.31 Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	5.065	1.723		2.940	.004			
	Pelayanan	.856	.134	.473	6.371	.000	.813	1.230	
	Kelengkapan Produk	.679	.118	.428	5.764	.000	.813	1.230	

a. Dependent Variable: Keputusan Konsmen

Sumber, SPSS 25

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

$$Y = 5,065 + 0,856X_1 + 0,679X_2 + e$$

Keterangan:

α = konstanta

Y = Keputusan Konsumen

X_1 = Pelayanan

X_2 = Kelengkapan Produk

e = Variabel error (diluar penelitian)

persamaan regresi linier berganda diatas dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 5,065 menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan (X_1) dan kelengkapan prooduk (X_2) berniali 0 (nol), maka keputusan konsumen dalam bertransaksi di pasar tradisional sebesa 5,065.
- b. Nilai koefisien regresi pelayanan (X_1) sebesar 0,856 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan konsumen (Y). Jika variabel pelayanan (X_1) naik 1% maka keputusan konsumen (Y) untuk bertansaksi di pasar tradisional naik sebesar 0,856. Sebaliknya jika variabel pelayanan (X_1) berkurang 1% maka keputusan konsumen (Y) untuk bertransaksi di pasar tradisional berkurang sebesar 0,856.
- c. Nilai koefisien regresi kelengkapan produk (X_2) sebesar 0,679 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan konsumen (Y). Jika variabel kelengkapan produk (X_2) naik 1% maka keputusan konsumen (Y) untuk bertansaksi di pasar tradisional naik sebesar 0,679. Sebaliknya jika variabel kelengkapan produk (X_2)

berkurang 1% maka keputusan konsumen (Y) untuk bertransaksi di pasar tradisional berkurang sebesar 0,679.

7. Uji koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika nilai $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan jika nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi X dan Y atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari pengujian menggunakan SPSS 25:

Tabel 4.32 Hasil Pengujian R Square

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.583	.574	1.801
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kelengkapan produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen				

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,583 yang didapat dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi “R” yakni $0,763 \times 0,763 = 0,583$. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,583 atau 58,3%, sedangkan sisanya ($100\% - 58,3\% = 41,7\%$) yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini.

8. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini:

- a. Uji T dilakukan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. (Nur Asnawi, 2011, hlm.182). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan berpengaruh secara signifikan.
 - 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Tabel 4.33 Hasil Regresi Linier Berganda Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.065	1.723		2.940	.004		
	Pelayanan	.856	.134	.473	6.371	.000	.813	1.230
	Kelengkapan Produk	.679	.118	.428	5.764	.000	.813	1.230

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung variabel pelayanan dan kelengkapan produk sebesar 1,985 diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$T \text{ tabel} = (0,05/2 ; 96 -2-1)$$

$$T \text{ tabel} = (0,025 ; 93)$$

$$T \text{ tabel} = 1,985 \text{ (Dilihat dari t tabel)}$$

Keterangan:

a = Alpha dari 0,05

n = banyaknya jumlah observasi dalam kurun waktu data

k = banyaknya variabel

1) Pengujian hipotesis variabel pelayanan (X_1)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variable harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variable harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil table di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,371 > 1,985 dan nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terhadap pengaruh yang signifikan antara variable

pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memutuskan transaksi di pasar tradisional.

2) Pengujian hipotesis variabel kelengkapan produk (X_2)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil tabel di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,764 > 1,985 dan nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

b. Uji F (Uji Simultan) dilakukan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (Nur Asnawi, 2011, hal. 182). Kriteria pengambilan keputusan adalah :

1) Jika nilai signifikan < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan berpengaruh secara signifikan.

- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan

Berikut adalah hipotesis yang ingin dibuktikan pada penelitian ini:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di pasar tradisional.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di pasar tradisional.

Tabel 4.34 Hasil Regresi Linier Berganda Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	421.483	2	210.742	64.968	.000 ^b
	Residual	301.673	93	3.244		
	Total	723.156	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kelengkapan Produk

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil Uji F di atas diketahui bahwa nilai F hitung variabel pelayanan dan kelengkapan produk sebesar 3,09 diperoleh dari perhitungan berikut:

$$F_{tabel} = (k ; n-k)$$

$$F_{tabel} = (2 ; 96 - 3)$$

$F_{\text{tabel}} = (2 ; 93)$

$F_{\text{tabel}} = 3,09$ (dilihat dari f table)

Keterangan:

k = jumlah variabel X

n = jumlah responden

Berdasarkan hasil uji di atas diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar $64,968 > F_{\text{tabel}} 3,09$ dan nilai Sig $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara silmultan berpengaruh secara signifikan antara variabel pelayanan dan kelengkapan produk dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

B. Analisi Data

1. Pengaruh secara parsial variabel pelayanan (X_1) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel pelayanan (X_1) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional yang telah dilakukan didapat nilai $t_{\text{hitung}} 6.371 > 1,985$ dan nilai Sig.(2-tailed) sebesar $0,04 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional. Mayoritas responden berpendapat bahwa pelayanan yang dilakukan di pasar tradisional sudah sesuai dengan keinginan dari konsumen.

Kualitas layanan menurut Parasuraman dapat didefinisikan sebagai berapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Amin Syukron, 2014, hlm.180). artinya salah satu keputusan konsumen dalam memilih melakukan transaksi dilihat dari pelayanan yang didapatkan untuk memutuskan melakukan transaksi di pasar tradisional. pelayanan yang baik dan disukai pelanggan dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk melakukan proses transaksi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang di berikan di pasar tradisional baik untuk menarik konsumen untuk melakukan transaksi di pasar tradisional. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yanti dengan judul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart Kapuas” yang menunjukkan hasil variabel pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Alfamart Kapuas sesuai dengan uji t dimana $t_{hitung} (5,658 > 1,66055)$.

2. Pengaruh secara parsial variabel kelengkapan produk (X_2) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel kelengkapan produk (X_2) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisioanl

yang telah dilakukan didapat nilai t_{hitung} 5,764 > 1,985 dan nilai Sig.(2-tailed) sebesar $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan transaksi di pasar tradisional. Mayoritas responden berpendapat bahwa kelengkapan produk yang ada di pasar tradisional sudah sesuai dengan keinginan dari konsumen.

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan para konsumen. (Kotler,2016,hlm.274). Dalam hal ini kelengkapan produk bisa dilihat dari kategori produk yang tersedia dipasar, di mana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaanya, menjadi produk atau barang konsumsi dan produk industri. Artinya menurut peneliti kelengkapan produk di suatu pasar dapat meningkatkan daya beli konsumen untuk melakukan transaksi di pasar tersebut karena konsumen dapat dengan mudah membeli barang yang diinginkan hanya di satu pasar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk mampu meningkatkan daya beli konsumen di suatu pasar tradisional. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Made Dangsinia Wibawa dengan judul “Analisis Pengaruh promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Pembelian Pada Waserba Tenera Asahan” yang menunjukkan hasil dalam

penelitian ini menunjukkan bahwa dari. pengujian hipotesis menggunakan uji t keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pengaruh secara simultan antara variabel pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar $64,968 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai $Sig 0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara simultan variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional.

Pada dasarnya setiap keputusan yang dipilih oleh konsumen ialah untuk mengatasi masalah. Pada hal ini terkait dengan pembelian suatu produk sebagai kebutuhan konsumen.

Pada saat proses pengambilan keputusan, konsumen memerlukan informasi dan melakukan beberapa cara tertentu untuk memperoleh informasi tersebut. Setiap keputusan membutuhkan informasi yang berbeda-beda. (Damiati, 2017, hlm. 147)

Pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda, tergantung pada jenis keputusan terhadap produk yang diinginkan. Biasanya konsumen sangat terlibat dalam pembelian namun melihat sedikit perbedaan antar merek. Keterlibatan yang

tinggi didasari oleh fakta bahwa pembelian tersebut mahal, jarang dilakukan, dan berisiko. Jika konsumen menemukan perbedaan mutu antar merek tersebut, kemungkinan konsumen lebih memilih harga yang lebih tinggi. Jika konsumen menemukan perbedaan kecil maka konsumen akan memilih semata-mata berdasarkan harga dan kenyamanan. (Philip Kotler, 2005, hlm. 221)

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Made Dangsina Wibawa dengan judul “Analisis Pengaruh promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Pembelian Pada Waserba Tenera Asahan” yang menunjukkan hasil Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa secara bersamaan keempat variabel tersebut mempengaruhi keputusan penelitian. Angka *adjusted R square* sebesar 0,570 menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 57% keputusan pembelian sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Manajemen Pemasaran Pelayanan dan Kelengkapan Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pemasaran adalah proses sosial dengan proses individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai

dengan pihak lain atau konsumen. (Philip Kotler, 2005, hlm. 10). Manajemen dalam Islam memiliki dua unsur penting yaitu subyek dan obyek. Subyek adalah pelaku atau manajer, dan obyek adalah tindakan manajemen yang terdiri dari organisasi, sumber daya manusia, dana, produksi, pemasaran, dan lain sebagainya. Manajemen dalam Islam memiliki empat fungsi utama yaitu: perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controling*). (Ma'ruf Abdullah, 2013, hlm. 2)

Pemasaran Syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan Syariah karena ada nilai-nilai lebih pada pemasaran Syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam Syariah dan sebaliknya. Pemasaran dalam Syariah diartikan sebagai perusahaan yang berbasis Syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. (Nurul Huda, 2017, hlm. 49) apabila dikaitkan dengan penelitian ini, pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam karena pelayanan yang diberikan ramah dan jujur terhadap konsumen.