

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

TB. A. Latif adalah usaha atau bisnis yang menyediakan dan menjual berbagai macam produk bahan bangunan yang dibutuhkan untuk membangun rumah, jembatan, wc dan lainnya. Alamat dari TB. A. Latif berada di Jl. A. Yani KM 88 Desa Karang Putih RT. 004/W.002. Kecamatan Binuang. Kabupaten Tapin.

Pada tahun 2011, toko bangunan A. Latif dibuka dan mulai menjual bahan bangunan. TB. A. Latif dimiliki oleh H. Ali. Alasan H. Ali membuat usaha jual beli bahan bangunan karena untuk menambah penghasilan dan adanya potensi bagus untuk usaha ini. Alasan H. Ali memberikan nama usaha atau toko ini A. Latif adalah di ambil dari nama sang anak yaitu A. Latif.

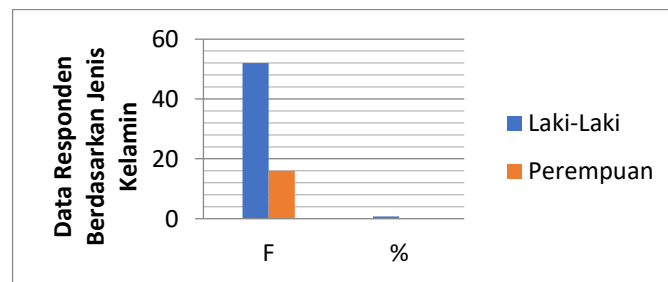
Toko Bangunan A. Latif buka setiap hari dan buka dari jam 08.00-17.00. TB. A. Latif memiliki 3 orang karyawan yang membantu konsumen untuk membeli dan mengantarkan produk bahan bangunan. TB. A. Latif memiliki kendaraan operasional mobil, motor dan gerobak untuk mengantarkan pesanan atau pembelian produk bahan bangunan dari konsumen baik jarak dekat maupun jauh.

## 2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden ialah gambaran responden yang berjumlah 68 orang yang merupakan pembeli atau pernah membeli di TB. A.Latif Kecamatan Binuang. Data responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian ini. Adapun karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, dan usia. Hasil data yang di peroleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

### a. Jenis Kelamin

**Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

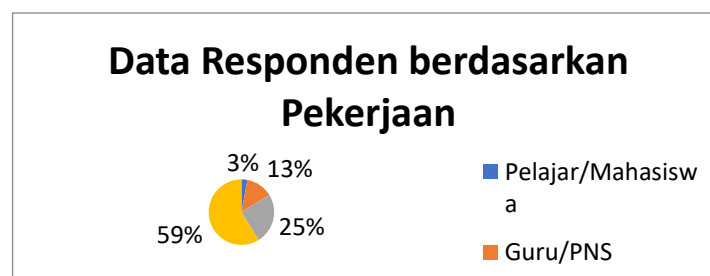


Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari grafik di atas, diketahui bahwa terdapat 52 (76%) responden laki-laki dan 18 (24%) responden perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya laki-lakilah yang sering berbelanja pada TB. A.Latif Kecamatan Binuang.

### b. Jenis Pekerjaan

**Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

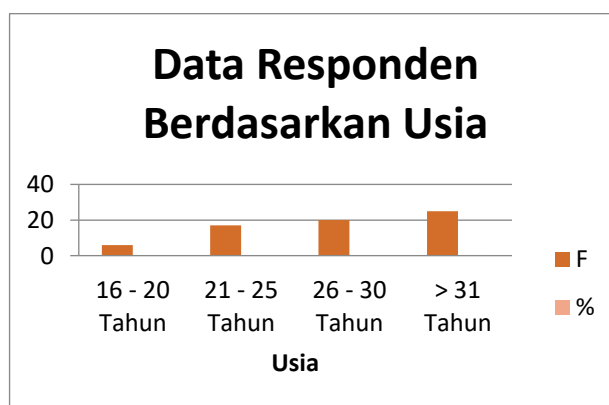


Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan grafik di atas, diketahui 2 (3%) orang responden sebagai pelajar/mahasiswa, 9(13%) orang responden sebagai guru/PNS, 17(25%) sebagai karyawan/swata , 40(59%) orang responden sebagai lainnya.

c. Jenis Usia

**Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Usia**



Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa 6 orang responden (9%) usia 16-20 tahun, 17 orang responden (25%) berusia 21-25 tahun, 20 orang responden (30%) yang berusia 26-30 tahun, sisanya umur >31 tahun ialah 25 orang responden ( 36%).

3. Deskripsi Hasil penelitian

Analisis deskriptif presentase digunakan untuk menjelaskan data yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari variabel Harga,Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pembelian. Untuk penskoran sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban responden SS (Sangat Setuju) diberi skor 5.
- b. Untuk jawaban responden S (Setuju) diberi skor 4.

- c. Untuk jawaban responden N (Neteral) diberi skor 3.
- d. Untuk jawaban responden TS (Tidak Setuju) diberi skor 2.
- e. Untuk jawaban responden STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1.

**Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Skor Item variabel Harga**

No.	Pernyataan	N	JAWABAN RESPONDEN										RATA-RATA
			SS		S		N		TS		STS		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Harga yang ditawarkan sangat terjangkau	68	16	23	37	54	16	23	0	0	0	0	2,71
2	Harga yang ditawarkan kepada pelanggan murah	68	48	71	11	16	9	13	0	0	0	0	3,11
3	Kualitas produk sesuai dengan harga yang dipasarkan	68	15	22	22	32	19	28	8	12	4	6	2,32
4	Harfa produk kurang sesuai dengan harga di pasaran	68	14	22	28	41	23	33	2	3	1	1	2,55
5	Harga di TB A. Latif sesuai dengan manfaatnya	68	14	22	28	41	23	33	2	3	1	1	2,55
6	Harga tidak sesuai dengan manfaatnya	68	9	12	7	10	36	53	14	22	2	3	2,11
7	Harga produk berbeda dengan toko lain	68	17	26	34	50	16	23	1	1	0	0	2,83
8	Harga yang	68	17	26	34	50	16	23	1	1	0	0	2,71

dijual dapat dijaungaku oleh pembeli													
RATA-RATA NILAI SKOR X1												2,61	

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari hasil data pada tabel 4.1 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel Harga X1 dengan nilai rata-rata (2,61), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap harga pada keputusan pembelian pada TB A. Latif Kecamatan Binuang.

**Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Skor Item variabel Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	N	JAWABAN RESPONDEN										RATA - RATA
			SS		S		N		TS		STS		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Saya merasa puas dengan produk yang dijual di TB. A Latif karena sesuai dengan keinginan saya	68	32	47	23	34	69	9	57	7	0	0	2,88
2	Saya merasa puas dengan produk yang dijual di TB. A Latif karena sesuai dengan keinginan saya	68	30	44	30	44	69	2	3	0	0	2,92	
3	Macam-macam produk yang dijual di toko sesuai dengan harapan saya	68	40	59	20	29	70	10	12	0	0	3,03	
4	Tidak semua produk yang dijual di toko sesuai dengan harapan saya	68	38	56	23	34	46	6	9	0	0	3,02	
5	Karyawan di TB A. Latif sopan santun	68	18	27	31	45	17	25	23	3	0	0	2,69

	yang membuat saya merasa terlayani												
6	Karyawan di TB A. Latif kurang ramah dan sopan saat melayani	6 8	1 2	1 8	4 4	6 4	1 2	1 8	0	0	0	0	2,72
7	Pelayanan yang diberikan kepada saya sangat baik	6 8	2 8	4 1	2 8	4 1	1 2	1 8	0	0	0	0	2,88
8	Saya akan merekomendasikan TB A. Latif kepada orang/teman/keluarga saya	6 8	3 9	5 8	2 2	3 2	7	1 0	0	0	0	0	3,04
RATA-RATA NILAI SKOR X2												2,8975	

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari hasil data pada tabel 4.2 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel kualitas pelayanan X2 dengan nilai rata-rata (2,8975), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan pada keputusan pembelian pada TB A.Latif Kecamatan Binuang.

**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Skor Item variabel Kelengkapan Produk**

No.	Pernyataan	N	JAWABAN RESPONDEN										RATA-RATA
			SS		S		N		TS		STS		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Produk sangat lengkap	68	27	40	28	41	11	16	2	3	0	0	2,84
2	Priduk sangat bermacam-macam	68	38	56	25	37	5	7	0	0	0	0	3,05
3	Satu produik memiliki banya jenis	68	39	58	20	29	6	9	3	4	0	0	2,99
4	Jenis bermacam-macam sesuai dengan harga yang	68	19	28	29	43	17	25	3	4	0	0	2,68

	bermacam-macam												
5	Ketersediaan produk yang sangat lengkap	68	28	41	25	37	12	18	3	4	0	0	2,82
6	Saya merasa senang berbelanja di TB A. Latif karena pelengkapannya banyak	68	27	40	31	46	7	10	3	4	0	0	2,87
7	TB A. Latif menjual berbagai merek yang terkenal sangat bagus	68	26	38	27	40	12	18	3	4	0	0	2,80
8	Terkadang merek yang saya cari itu habis	68	19	28	38	56	8	12	3	4	0	0	2,55
RATA-RATA NILAI SKOR X3												2,825	

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari hasil data pada tabel 4.3 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel Kelengkapan Produk X3 dengan nilai rata-rata (2,825), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap Kelengkapan Produk pada keputusan pembelian pada TB A.Latif Kecamatan Binuang.

**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Skor Item variabel Keputusan Pembelian**

No.	Pernyataan	N	JAWABAN RESPONDEN										RAT A- RAT A
			SS		S		N		TS		STS		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Perhatian penjual/pelayan kepada saya ramah dan bersahabat saya merasa puas	68	2	37	30	44	1	1	3	4	0	0	2,81
2	Saya tertarik berbelanja di	68	2	34	30	44	1	1	2	3	0	0	2,78

	TB. A. Latif karna saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada saya	8	3				3	9					
3	Dari bentuk bangunan TB A.Larif saya sudah tertarik berbelanja di toko tersebut	6 8	1 8	26	30	44	1 6	2 4	4	6	0	0	2,66
4	Saya akan selalu barbelanja ke TB. A. Latif	6 8	1 7	26	39	57	1 1	1 6	1	1	0	0	2,76
5	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan kerabat saya untuk berbelanja di TB. A. Latif	6 8	2 5	37	29	43	1 3	1 9	1	1	0	0	2,82
6	Saya merasa puas telah berbelanja di TB A. Latif	6 8	2 4	35	34	50	1 0	1 5	0	0	0	0	2,52
RATA-RATA NILAI SKOR Y												2,75	

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari hasil data pada tabel 4.4 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel keputusan pembelian dengan nilai rata-rata (2,75), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap keputusan pembelian pada keputusan pembelian pada TB A. Latif Kecamatan Binuang.

#### 4. Uji Instrumen Peneltian

##### a. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini uumumnya mendukung suatu kelpok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan uji validitasnya. Hasil r-hitung bandingkan dengan r-



tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid.

Dengan demikian jumlah responden sebanyak 68 maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui  $r$  product moment person dengann  $df$  (degree of freedom) =  $n-2$ , jadi  $df=68-2=66$  maka  $r_{tabel} = 0,2387$ . Berikut hasil dari uji validitas pada penelitian Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada TB. A.Latif Kecamatan Bnuang. Dengan bantuan SPSS 22 for windows (dapat dilihat ada dilampiran) pada tabel berikut ini.

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Validasi**

Variabel	Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Harga(X1)	X1.1	0,559	0,2387	Valid
	X1.2	0,269	0,2387	Valid
	X1.3	0,681	0,2387	Valid
	X1.4	0,720	0,2387	Valid
	X1.5	0,720	0,2387	Valid
	X1.6	0,419	0,2387	Valid
	X1.7	0,321	0,2387	Valid
	X1.8	0,321	0,2387	Valid
Kualitas pelayanan(X2)	X2.1	0,384	0,2387	Valid
	X2.2	0,648	0,2387	Valid
	X2.3	0,371	0,2387	Valid
	X2.4	0,718	0,2387	Valid
	X2.5	0,728	0,2387	Valid
	X2.6	0,728	0,2387	Valid
	X2.7	0,448	0,2387	Valid
	X2.8	0,379	0,2387	Valid
Kelengkapan produk (X3)	X3.1	0,735	0,2387	Valid
	X3.2	0,920	0,2387	Valid
	X3.3	0,911	0,2387	Valid
	X3.4	0,920	0,2387	Valid
	X3.5	0,920	0,2387	Valid
	X3.6	0,722	0,2387	Valid
	X3.7	0,835	0,2387	Valid
	X3.8	0,591	0,2387	Valid

Keputusan pembelian (Y)	Y.1	0,649	0,2387	Valid
	Y.2	0,405	0,2387	Valid
	Y.3	0,754	0,2387	Valid
	Y.4	0,769	0,2387	Valid
	Y.5	0,769	0,2387	Valid
	Y.6	0,444	0,2387	Valid

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari tabel di atas hasil uji validitas instrument dapat dilihat bahwa  $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian semua dinyatakan valid.

#### b. Uji Reabilitas

Uji ini adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan reliabel serangkayan butir pernyataan dalam keandalannya mengukur suatu variabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

Uji ini dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan jika  $\alpha > 0,60$  maka dinyatakan reliabel.

Berikut ini hasil uji reabilitas dengan menggunakan SPSS 22 for windows yaitu :

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabelitas Instrumen Data**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga(X1)	0,601	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X2)	0,683	0,60	Reliabel
Kelengkapan Produk(X3)	0,922	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,705	0,60	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan hasil uji reliabelitas di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih dari 0,60 maka instrument penelitian dapat disimpulkan reliabel.

#### 5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan dipergunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal kolmogrov-smirnov. Pengambilan keputusan dalam normalitas adalah nilai sig > 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,74446593
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,044
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan hasil uji kolmogrov smirnov pada Asmp. Sig di atas adalah 5% atau 0,05 yaitu sebesar 0,200. Yang artinya berdistribusi normal karena berada di atas 0,05.

b. Uji Multikolenearitas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolenearitas di dalam regresi dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya di

atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolenearitas diantara variabel bebas.

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolenearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,763	,968		
Total_x1	-,063	,089	,120	8,347
Total_X2	,963	,089	,102	9,761
Total_X3	-,080	,025	,643	1,554

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

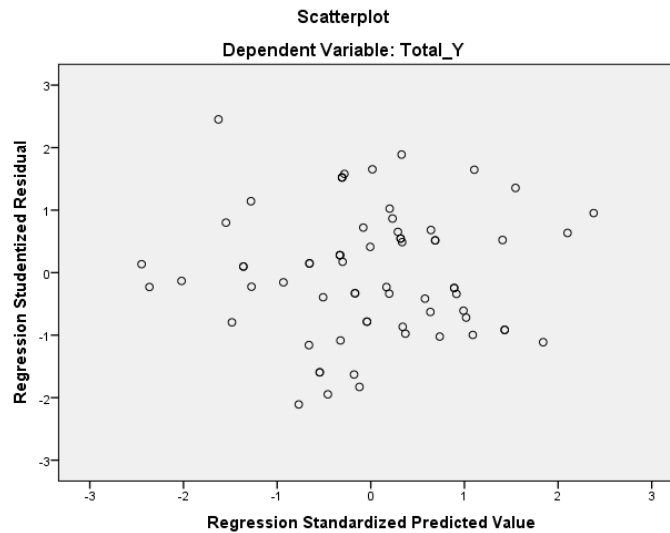
Berdasarkan uji multikolenearitas dalam tabel 4.8 di atas, dilihat dari harga 0,120, kualitas pelayanan 0,102, dan kelengkapan produk 0,643 yang nilai tolerance lebih besar dari pada 10 maka tidak terjadi multikolenearitas dan nilai variance inflation factor (VIF) pada harga 8,347, kualitas pelayanan 9,761, dan kelengkapan produk 1,554 lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolenearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini pada umumnya sering terjadi pada model-medel yang menggunakan data *cross section* dari pada *time seris*. Namun bukan bearti model-model yang menggunakan data *time seris* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya

heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.

**Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Uji analisis linier berganda dipakai untuk mengetahui variabel bebas (Independen) yaitu harga( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), kelengkapan produk( $X_3$ ) terhadap variabel (dependen) yaitu keputusan pembelian sebagai variabel ( $Y$ ). Bila dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Dimana  $Y_i$   $\epsilon_i$  adalah nilai kesalahan yang bersangkutan dan  $\beta_0$  dan  $\beta_1$  koefisien-koefisien model yang harus distimasi.

Berikut hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Bergada**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-2,763	,968
	Total_x1	-,063	,089
	Total_X2	,963	,089
	Total_X3	-,080	,025

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan Standardized Coefficients. Maka persamaan linier dari hasil regresi yang dapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,763 - 0,063X_1 + 0,963X_2 - 0,080X_3$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta  $\beta_0$  sebesar 2,763 artinya jika harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kelengkapan produk (X3) tidak ada maka keputusan pembelian adalah 2,763.
- 2) Nilai koefisien regresi X1 sebesar  $- 0,063$  artinya dari tanda (-) tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan harga satu satuan, maka keputusan pembelian tidak melakukan keputusan pembelian (Y) maka

turun 0,063 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,963 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan kualitas pelayanan satu satuan, maka pelanggan melakukan keputusan pembelian (Y), maka akan naik 0,963 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

4) Uji Signifikan ( Uji T )

Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya atau tidak pengaruh secara parsial antara variabel independen, jika dalam pengujian dalam koefisien regresi suatu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan koefisien suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t yang dihasilkan dari *SPSS 22 for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

6. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,966 <sup>a</sup>	,933	,930		,762

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien atau hubungan R antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk sebesar 0,966 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari perkuadratan R. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R Square adalah 0,933 yang mengandung makna bahwa pengaruh variabel bebas ( harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk) adalah 93,3%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 93,3\% = 6,7\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square sebesar 0,933 (93,3%) mengandung makna tingkat pengaruh dari harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan keputusan pembelian.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui adanya atau tidak pengaruh secara parsial antara variabel independen, jika dalam pengujian dalam koefisien regresi suatu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan koefisien suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t yang dihasilkan dari *SPSS 22 for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :



Tabel 4. 10 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,763	,968		-2,855	,006
Total_x1	-,063	,089	-,066	-,706	,483
Total_X2	,963	,089	1,094	10,820	,000
Total_X3	-,080	,025	-,131	-3,246	,002

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Dilihat dari tabel di atas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk. Maka diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,66757. Berdasarkan hasil uji t maka dapat ditarik kesimpulan :

1) Harga

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga (X1) seperti pada tabel di atas diperoleh t sebesar  $-0,063$  dengan probabilitas sebesar 0,483 yang nilainya di atas  $\alpha$  0,05 dengan demikian H1 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh variabel harga secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

## 2) Kualitas Pelayanan

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X2) seperti pada tabel di atas diperoleh t sebesar 10,820 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05 dengan demikian H2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

## 3) Kelengkapan Produk

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel kelengkapan produk (X3) seperti pada tabel di atas diperoleh t sebesar -3,246 dengan probabilitas sebesar 0,002 yang nilainya dibawah 0,05 dengan demikian H3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh variabel Kelengkapan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

### b. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian maka dilakukan dengan uji F.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	516,984	3	172,328	297,010	,000 <sup>b</sup>
	Residual	37,133	64	,580		
	Total	554,118	67			

Sumber : Pengolahan Data dari Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas didapat F sebesar 297,010 dengan probabilitas 0,000 yang artinya dibawah nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Dengan demikian H4 diterima.

## **B. Analisis Data**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah disajikan dan diolah di atas mengenai penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif di Kecamatan Binuang”, maka analisis data dari penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

1. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,483 dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,483 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar daripada nilai alfa (0,05) ( $0,483 > 0,05$ ). Nilai t sebesar -0,706 dan nilai t-tabel sebesar 1,66757. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih kecil dari pada t-tabel ( $-0,706 < 1,66757$ ). Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau dikatakan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh secara parsial variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Menurut Wijayanti, (2014, hal. 12) harga suatu produk sangat penting artinya bagi produk itu sendiri, bagi konsumen yang membelinya

dan bagi produsen yang memproduksinya. Jika penentuan harga suatu produk tidak cocok dengan segala aspek yang memengaruhinya, maka kelangsungan hidup produk itu dan perusahaan secara keseluruhan tidak akan berlangsung lama. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong, (2014, hal. 22) menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh seorang konsumen untuk mendapatkan atau memperoleh suatu produk barang maupun jasa termasuk pelayanan yang menyertainya. Pada dasarnya harga suatu produk barang dan jasa ditetapkan oleh penjual atau pihak perusahaan yang didasari oleh perhitungan biaya produksi atau operasional dan laba yang didapatkan serta memperhitungkan persaingan pangsa pasar. Pemilik TB. A. Latif menetapkan harga produk bahan bangunan sesuai dengan kualitas produknya dan harga yang ditetapkan dapat memberikan laba atau keuntungan serta harga dapat bersaing dipasar.

Menurut Fransiscus Xavierius Febrianto, (2019, hal. 44) menjelaskan bahwa ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Pemilik TB. A. Latif menetapkan harga produk bangunan sesuai dengan kualitasnya, manfaatnya dan sesuai mereknya serta sesuai pangsa pasar. Jadi, pemilik TB. A. Latif menetapkan harga suatu produk bahan bangunan bisa dikatakan standar atau tidak mahal dan tidak juga murahan, tetapi harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya. Hal ini yang menyebabkan konsumen atau pelanggan akan

membeli produk bahan bangunan di TB. A. Latif dengan memperhatikan kualitas dan manfaat suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan atau ditetapkan akan dibeli oleh konsumen atau pelanggan selama produk tersebut memiliki kualitas yang bagus dan memberikan manfaat.

Pemilik TB. A. Latif menawarkan atau menetapkan harga dari produk bahan bangunan sesuai dengan kualitasnya, manfaat barangnya dan sesuai dengan mereknya serta harga produk ditetapkan sesuai persaingan pasar tidak mahal dan tidak juga murahan. Harga dalam ekonomi islam hendaknya ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan harga yang ditetapkan hendaknya sesuai harga pasar serta tidak memberatkan konsumen untuk membelinya. Firman Allah SWT mengenai harga dalam transaksi jual beli terdapat dalam QS. An-Nisa/4:29 sebagai berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيْمًا

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 112).

Ayat di atas menjelaskan bahwa harga yang ditetapkan oleh seorang pedagang atau penjual haruslah disetujui oleh pembeli dan harus didasari oleh asas saling suka sama suka serta saling ridho, sehingga transaksi yang dilakukan menjadi senang hati dan mendapatkan berkah

dari Allah SWT. Harga suatu produk yang ditawarkan oleh setiap penjual berbeda-beda atau beragam termasuk harga produk dari toko bahan bangunan yang memiliki berbagai macam merek dan kualitas yang berbeda-beda. TB. A. Latif menetapkan harga dari produk bahan bangunan sesuai dengan kualitasnya, manfaat barangnya dan sesuai dengan mereknya serta harga produk ditetapkan sesuai persaingan pasar.

Dari hasil data pada tabel 4.1 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel Harga (X1) dengan nilai rata-rata (2,61), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap harga pada keputusan pembelian pada TB A. Latif Kecamatan Binuang.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel harga (X1) tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian dari konsumen pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang. Hal ini disebabkan oleh konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang merasa puas terhadap produk yang dibeli dan harga produk sesuai dengan kualitasnya serta harganya relatif sama dengan toko bangunan lain. Menurut Ramli, (2013, hal. 24) menjelaskan bahwa harga yang ditetapkan oleh penjual atau perusahaan akan memberikan harapan atau anggapan dari konsumen, sehingga harga suatu produk dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli suatu produk atau tidak. Misalnya harga produk mahal akan memberikan anggapan dan harapan tinggi dari konsumen terhadap

produk tersebut harus memiliki kualitas terbaik serta memberikan manfaat. Sebaliknya, harga produk yang murah atau terjangkau akan menurunkan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Jadi, konsumen secara umum akan memiliki harapan tinggi ketika harga suatu produk mahal dan produk tersebut harus memiliki kualitas terbaik. Pada penelitian ini TB. A. Latif memberikan harga produk bagus dan sesuai dengan kualitas maupun manfaatnya.

2. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil daripada nilai alfa (0,05) ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai t sebesar 10,820 dan nilai t-tabel sebesar 1,66757. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih besar dari pada t-tabel ( $10,820 > 1,66757$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau dikatakan signifikansi artinya berpengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pelayanan adalah suatu kinerja penampilan seorang karyawan, keahlian karyawan, kecepatan, perhatian, tindakan atau perbuatan karyawan baik secara fisik maupun tidak berwujud dan dapat disarankan oleh seseorang atau konsumen namun tidak bisa dimiliki. Setiap perusahaan atau organisasi yang bergerak dibidang bisnis baik itu menawarkan produk barang maupun jasa harus mampu memberikan pelayanan yang baik atau berkualitas kepada semua konsumen atau calon konsumen. Pelayanan dalam Islam adalah berperilaku dengan baik, memiliki akhlak, beradab terhadap orang lain, memiliki rasa simpati atau

jujur (*Al-Siddiq*), memiliki sikap yang rendah hati (*Khidmah*) dan amanah (*Al-Amanah*) (Anoraga, 2009, hal. 18). Pemilik dan karyawan dari TB. A. Latif berusaha memberikan pelayanan terbaik, ramah dan sopan kepada semua konsumen yang ingin membeli produk bahan bangunan yang tersedia. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa nyaman ketika berbelanja, memberikan kepuasan dan membantu kebutuhan konsumen.

Islam mengajarkan umatnya dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis agar berjalan dengan baik harus disertai dengan kualitas yang terbaik mulai dari barang atau produk yang ditawarkan hingga pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang buruk atau kasar tentu akan memberikan dampak buruk bagi citra usaha dan dapat menurunkan omset penjualan, sehingga pelayanan yang bagus akan memberikan konsumen kenyamanan dan kepuasan serta mendapatkan citra baik dimata konsumen. Firman Allah Swt mengenai pelayanan terdapat dalam QS. Al- Baqarah/2:267 sebagai berikut.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ  
 الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا  
 فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji* (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 60).

Ayat di atas menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas dan memperhatikan apa yang kita



berikan kepada orang harus didasari oleh kesadaran dengan memilih sesuatu yang baik untuk orang lain bukan yang buruk (Hakim, 2012, hal. 73). Pemilik TB. A. Latif memiliki kesadaran akan pentingnya sebuah pelayanan bagi kelancaran suatu usaha, sehingga pemilik TB. A. Latif memberikan pelayanan terbaik dan menerapkan pelayanan yang berkualitas kepada karyawan untuk membantu dan memenuhi segala kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan akan konsumen nyaman, puas dan mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Philip Kotler dan Keller Lane, (2009, hal. 48) menjelaskan bahwa indikator-indikator yang dapat mempengaruhi keberhasilan bagi perusahaan atau karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen atau calon konsumen meliputi 5 (Lima) dimensi pelayanan yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan atau kepastian) dan *Empathy* (empati).

Pemilik TB. A. Latif memberikan pelayanan yang baik melalui bukti fisik (*Tangibles*) seperti toko yang luas, bersih, nyaman, menyediakan produk lengkap atau beragam dan menyediakan sarana transportasi untuk pengantaran barang. Pemilik dan karyawan dari TB. A. Latif juga dapat di andalkan (*Reliability*) dalam memberikan pelayanan kepada semua konsumen yang berkunjung ketoko melalui pelayanan yang akurat, pelayanan yang cepat tanggap (*Responsiveness*), pelayanan yang pasti dengan menjamin produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya

serta memiliki empati (*Empathy*) yang baik untuk membantu dan menanyakan kebutuhan konsumen.

Menurut Lovelock, (2021, hal. 198) menyatakan bahwa kualitas sebuah pelayanan dapat memberikan kenyamanan, kepuasan dan membentuk citra baik dimata konsumen hingga dapat membentuk loyalitas konsumen untuk menjadi pelanggan tetap atau membeli maupun menggunakan suatu produk secara terus-menerus yang ditawarkan oleh penjual atau perusahaan. Oleh sebab itu, pelayanan harus direncanakan dan dikelola dengan baik agar konsumen merasa nyaman, puas dan membentuk citra baik dimata konsumen. Jadi, pelayanan yang kurang baik atau tidak ramah bahkan buruk tentu akan mudah di ingat oleh konsumen, sehingga akan membentuk citra buruk dan membuat konsumen jera atau tidak akan kembali lagi untuk membeli maupun menggunakan produk yang ditawarkan. Pemilik TB. A. Latif menganggap pelayanan sangat penting untuk kelancaran suatu bisnis dan mempengaruhi penjualan, sehingga pemilik menerapkan pelayanan sebaik mungkin kepada karyawan agar konsumen nyaman, puas dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Pemilik dan karyawan dari TB. A. Latif memberikan pelayanan terbaik seperti komunikasi yang ramah, menanyakan kebutuhan konsumen, memberikan rekomendasi produk yang berkualitas dan lainnya.

Dari hasil data pada tabel 4.2 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel kualitas pelayanan (X2) dengan nilai rata-rata

(2,8975), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan pada keputusan pembelian pada TB A.Latif Kecamatan Binuang.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi variabel keputusan pembelian dari konsumen pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang. Hal ini disebabkan oleh konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemilik dan karyawan seperti pelayanan yang rama dan sopan dalam komunikasi, peduli atau empati terhadap kebutuhan konsumen, memberikan rekomendasi produk yang berkualitas, cepat dan tanggap melayani konsumen dan lainnya. Jadi, pelayanan yang berkualitas atau baik yang diberikan oleh pemilik dan karyawan dari TB. A. Latif kepada konsumen atau pelanggan dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen.

3. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002 dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,483 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil daripada nilai alfa (0,05) ( $0,002 < 0,05$ ). Nilai t sebesar -3,246 dan nilai t-tabel sebesar 1,66757. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih besar dari pada t-tabel ( $-3,246 > 1,66757$ ). Maka  $H_a$  di terima dan  $H_o$  ditolak atau dikatakan signifikansi artinya berpengaruh secara parsial variabel Kelengkapan Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atau pelanggan maka dikatakan sebagai produk (Kasmir, 2014, hal. 216). Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko seperti produk makanan, produk kebutuhan rumah tangga, produk bahan bangunan dan lain sebagainya untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai tujuan toko atau perusahaan. Produk yang baik adalah barang-barang yang halal lagi baik, dari segi bahan baku yang digunakan maupun dari cara memperoleh produk tersebut. Oleh sebab itu, pemilik TB. A. Latif selalu berusaha membeli produk bahan bangunan dari berbagai macam merek agar lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sebagai umat muslim haruslah mampu membatasi penggunaan barang atau produk yang baik (Halal) dan menghindari produk atau barang yang dilarang. Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah/2:168 sebagai berikut :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ  
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Departemen Agama RI, 2004, hal. 25).

Dalam mengkonsumsi makanan ataupun minuman semestinya seorang muslim memperhatikan label halal yang tertera dalam setiap

makanan ataupun minuman yang dikonsumsi. Namun tidak cukup hanya halal saja, hendaknya juga *tayyib* (baik). Pada ayat di atas, makna dari makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, bukanlah semata-mata hanya mengonsumsi makanan saja. Namun, dalam arti luasnya yaitu barang yang bisa dinikmati seperti, kendaraan, pakaian, perhiasan, sawah, tanah harusnya semua berstatus halal dan baik termasuk membeli atau menggunakan produk bahan bangunan. Hal ini yang membuat kelengkapan sebuah produk yang disediakan harus mempunyai label halal atau tidak membahayakan bagi konsumen atau pelanggan (Mustafa Edwin Nasution dkk, 2010, hal. 89). Dalam penelitian ini pemilik TB. A. Latif selalu berusaha menyediakan dan melengkapi berbagai macam produk bahan bangunan terbaik atau berkualitas agar dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen, memberikan kepuasan dan menarik minat beli konsumen. Toko bangunan yang lengkap dan selalu tersedia tentu akan meminimalisir penimbunan barang yang dapat mempengaruhi suatu harga pada produk.

Pemilik TB. A. Latif selalu berusaha menyediakan dan melengkapi berbagai macam produk bahan bangunan terbaik atau berkualitas agar dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen, memberikan kepuasan dan menarik minat beli konsumen. Kelengkapan produk pada TB. A. Latif adalah menyediakan dan melengkapi berbagai macam produk bahan bangunan yang terdiri dari keberagaman produk sejenis, ragam harga, ragam merek dan selalu menyediakan produk yang sering dibeli. Hal ini sesuai dengan pendapat Wahyuni, (2020, hal. 19) yang menjelaskan bahwa

kelengkapan produk meliputi keberagaman barang yang dijual di pasar swalayan dan keteserdian barang-barang tersebut dipasar swalayan.

Indikator dari kelengkapan produk yaitu:

- a. Keberagaman produk yang dijual atau ditawarkan.
- b. Variasi produk yang dijual atau ditawarkan.
- c. Ketersediaan produk yang dijual atau ditawarkan.
- d. Macam merek yang tersedia atau ditawarkan.

Menurut Manap, (2016, hal. 37) menjelaskan bahwa kelengkapan produk adalah segala produk barang maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual atau perusahaan kepada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya hingga memberikan kepuasan ketika melakukan pembelian. Semakin banyak produk yang tersedia dan lengkap dari berbagai macam merek yang ditawarkan oleh penjual atau perusahaan kepada konsumen akan mempengaruhi minat beli konsumen untuk melakukan pembelian. Produk yang lengkap meliputi tersedia produk dengan berbagai macam harga, varian warna, berbagai macam bentuk, berbagai macam merek dan lainnya. Pemilik TB. A. Latif selalu menyediakan dan melengkapi berbagai macam produk bahan bangunan agar dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen dan menarik minat beli konsumen. Toko Bangunan yang lengkap dan selalu tersedia tentu akan sering dikunjungi oleh konsumen atau pelanggan dan dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Pada TB. A. Latif menyediakan berbagai macam produk bahan bangunan terbaik atau berkualitas dari berbagai macam merek, variasi dan harga murah hingga mahal. Hal ini tentu dapat

memenuhi segala kebutuhan konsumen sesuai kebutuhannya, sesuai dana yang ada dan sesuai kualitas produk yang akan dibeli.

Dari hasil data pada tabel 4.3 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel Kelengkapan Produk (X3) dengan nilai rata-rata (2,825), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap Kelengkapan Produk pada keputusan pembelian pada TB A.Latif Kecamatan Binuang.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk (X3) mempengaruhi variabel keputusan pembelian dari konsumen pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang. Hal ini disebabkan oleh konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang merasa puas terhadap produk bahan bangunan yang dijual selalu tersedia dan lengkap dari berbagai macam merek, varian harga dan beragam kualitas. Dengan adanya produk bahan bangunan yang lengkap dan selalu tersedia, maka dapat mempengaruhi keputusan konsumen atau pelanggan melakukan pembelian pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang.

4. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kelengkapan Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari pada alfa(0,05) ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai F sebesar 297,010 lebih besar dari pada t tabel 2,74. ( $297,010 > 2,74$ ), artinya secara simultan variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan

Kelengkapan Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengambilan keputusan adalah proses memilih prosedur tertentu dari berbagai kemungkinan alternatif. Pengambilan keputusan senantiasa berkaitan dengan sebuah problem dan ingin dicapai suatu pemecahan. Secara harfiah pengambilan keputusan berarti memotong atau memutuskan atau secara praktis mencapai suatu kesimpulan (Arifin I. , 2019, hal. 52). Para konsumen atau pelanggan yang datang atau berkunjung pada TB. A. Latif memiliki berbagai macam alternatif pilihan produk bahan bangunan yang beragam seperti ragam merek yang tersedia, ragam kualitas dan ragam harga. Menurut Abdurrahman (2015, hal. 43) menjelaskan bahwa tahapan proses-proses konsumen dalam mengambil keputusan terdiri dari 5 (Lima) yaitu tahapan pengenalan, tahapan pencarian informasi, tahapan evaluasi alternatif, tahapan pengambilan keputusan dan tahapan pasca pembelian. Produk yang lengkap dan kualitas pelayanan yang baik dari TB. A. Latif akan menjadi pertimbangan bagi konsumen atau pelanggan sebelum melakukan pembelian produk bahan bangunan.

Para konsumen atau pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian produk bahan bangunan dari TB. A. Latif di Kecamatan Binuang karena kualitas produk yang bagus sesuai dengan harga yang ditawarkan, produk bahan bangunan yang lengkap dengan berbagai macam merek dan harga serta pelayanan yang bagus dari pemilik maupun karyawan dari TB. A. Latif. Hal ini sesuai dengan pendapat dari



menurut Setiadi, (2013, hal. 63) menjelaskan bahwa keputusan pembelian ialah sikap, perilaku dan tindakan dari seorang konsumen dalam mengambil sebuah keputusan untuk melakukan pembelian yang didasari oleh berbagai macam pertimbangan maupun sesuai kebutuhan dan keinginannya. Oleh sebab itu, konsumen harus bijak dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk agar tindakan atau keputusan pembelian bermanfaat atau berguna dan tidak sia-sia atau melakukan pembelian yang boros. Jadi, keputusan pembelian ialah sebuah proses yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam mencari informasi terhadap suatu produk yang ingin dibeli atau digunakan dengan mempertimbangan, memilih dan menyeleksi sebelum melakukan tindakan pembelian (Tantri, 2014, hal. 130). Firman Allah Swt mengenai tindakan keputusan pembelian seorang konsumen terdapat dalam QS. Al-Isra'/17:26-27 sebagai berikut.

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا ۖ إِنَّ  
 الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 396).

Ayat di atas memberikan pencerahan dan tuntunan bagi umat manusia dalam mengambil keputusan pembelian harus dengan baik dan tepat agar terhindar dari perilaku pemborosan atau pembelian sia-sia. Ada dua pembelajaran dari ayat di atas yang dapat diambil. Pertama, kita

diperintahkan untuk menunaikan hak kerabat atau karib (keluarga), orang miskin dan ibn sabil. Kedua, ayat di atas melarang umat manusia untuk melakukan pembelian sia-sia dan harus menghindari perilaku boros atau mubazir (Tarigan, 2014, hal. 212). Agar pembelian tidak boros, maka pemilik dan karyawan dari TB. A. Latif memberikan pelayanan terbaik kepada semua konsumen dengan menanyakan kebutuhan konsumen atau pelanggan dan menawarkan produk terbaik yang tersedia hingga memberikan rekomendasi produk bahan bangunan yang tepat atau sesuai kebutuhan.

Menurut Adriza, (2015, hal. 108) menjelaskan bahwa ada empat indikator keputusan pembelian yang terdiri Perhatian (*Attention atau Awareness*), Ketertarikan (*Interest*), Keinginan (*Desire*) dan Tindakan (*Action*). Pemilik dan karyawan TB. A. Latif selalu memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa nyaman, puas dan tertarik untuk melakukan pembelian. Konsumen atau pelanggan akan memperhatikan kualitas produk bahan bangunan, kelengkapan produk dari berbagai macam merek dan ketersediaan produk serta pelayanan yang diberikan oleh toko bangunan.

Dari hasil data pada tabel 4.4 bahwa 68 orang responden yang diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai rata-rata (2,75), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap keputusan pembelian pada keputusan pembelian pada TB A. Latif Kecamatan Binuang.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel harga (X1) tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian dari konsumen pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang. Akan tetapi, variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel kelengkapan produk (X3) dapat mempengaruhi keputusan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian (Y) pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang. Hal ini disebabkan oleh konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada TB. A. Latif di Kecamatan Binuang lebih mementingkan atau mempertimbangkan kualitas produk bahan bangunan, ketersediaan produk, kelengkapan produk dan pelayanan yang diberikan oleh toko bangunan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan harga produk bahan bangunan yang ditawarkan oleh TB. A. Latif di Kecamatan Binuang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen atau pelanggan. Hal ini karena harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk, harga relatif sama dengan toko lain atau tidak murah dan tidak mahal serta harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan toko lain.