

Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk

Bela Arumawati

Universitas Islam Kediri Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

E-mail: bellaarumawati123@gmail.com

Moch Saleh Udin

Universitas Islam Kediri, Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

E-mail: mochsalehudin47@gmail.com

Taufik Akbar

Universitas Islam Kediri, Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

E-mail: taufikakbar@uniska-kediri.ac.id

Alamat: Jl. Sersan Suharmaji No.38, Manisrenggo,

Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

Korespondensi penulis: bellaarumawati123@gmail.com

Abstract. *In the modern era, the economy is experiencing rapid development in the business sector. With this, many companies have sprung up operating in the sales sector. This in the business world results in very tight competition because every company basically wants to be successful in the business it runs. Agricultural shops are one of the businesses whose target is the agricultural sector, because the majority of people in the Nganjuk area work as farmers. Even though in the Nganjuk Regency area there are many competitors in the agricultural sector, every consumer has reasons for their purchasing decisions because price and location can also influence purchasing decisions. Maintaining consumers to continue shopping at this agricultural shop is a way to maintain the company's survival. In order for agricultural shops to be able to keep consumers shopping at agricultural shops, the company approaches consumers to find out consumer needs and desires.*

This research aims to find out the influence of product completeness, price and location on purchasing decisions at the UD Eka Tani Ngronggot Agricultural Shop, Nganjuk Regency. The analysis techniques used are validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. The population in this study was 183 people and the sample used was 126 respondents using the Slovin formula.

The results of research at the UD Eka Tani Ngronggot Agricultural Shop, Nganjuk Regency show that product completeness, price and location have a significant influence on purchasing decisions. These results are proven by the calculated F value of 5,548 with a significance of 0.001. The significance value is smaller than 0.050 ($0.001 > 0.050$).

Keywords: *Product completeness, price, location, purchasing decisions*

Abstrak. Di era modern seperti saat ini perekonomian mengalami kemajuan perkembangan pesat dalam bidang usaha. Dengan hal itu banyak perusahaan yang bermunculan bergerak di bidang penjualan. Hal ini dalam dunia bisnis mengakibatkan persaingan yang begitu ketat karena setiap perusahaan pada dasarnya ingin berhasil dalam usaha yang dijalankannya. Toko pertanian menjadi salah satu usaha yang sasarannya di bidang pertanian, karena mayoritas masyarakat di daerah Nganjuk berprofesi sebagai petani. Meskipun di daerah Kabupaten Nganjuk banyak pesaing di bidang pertanian tetapi setiap konsumen mempunyai alasan untuk keputusannya karena harga dan lokasi yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Mempertahankan konsumen agar tetap berbelanja

Received Juli 29, 2023; Revised Agustus 19, 2023; Accepted Agustus 28, 2023

* Bela Arumawati, bellaarumawati123@gmail.com

pada toko pertanian ini merupakan jalan untuk tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Agar toko pertanian mampu mempertahankan konsumen tetap berbelanja pada toko pertanian perusahaan melakukan pendekatan kepada konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 183 orang dan sampel yang digunakan 126 responden menggunakan rumus slovin.

Hasil penelitian pada Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk menunjukkan bahwa Kelengkapan produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil nilai F hitung sebesar 5.548 dengan signifikansi 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 ($0,001 > 0,050$).

Kata kunci: Kelengkapan produk, harga, lokasi, keputusan pembelian

LATAR BELAKANG

Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat memanfaatkan peluang peluang usaha dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan seseorang untuk tetap memakai produk dari usahanya tersebut dalam proses keputusan pembelian karena setiap konsumen berasal dari segmen yang berbeda- beda sehingga apa yang diinginkan konsumen juga berbeda. Menawarkan variasi produk yang baik tidak hanya akan menimbulkan minat, namun juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan memandang suatu produk berdasarkan keistimewaan atau karakteristik atau atributnya. Kelengkapan berkaitan dengan kedalaman, keluasan, dan kualitas produk yang ditawarkan serta ketersediaan produk di toko Utami (dalam Susanti et al., 2021).

Menurut Kasmir & Jakfar (dalam Rahadhini et al., 2022) Harga merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu pertukaraan barang atau jasa yang memiliki manfaat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Harga juga diperhatikan oleh konsumen meskipun selisih harganya sedikit tetapi konsumen akan memilih harga yang lebih murah dan akan memutuskan pembeliannya di toko tersebut. Kotler dan Keller (dalam Purnama et al., 2022) menjelaskan bahwa riset pemasaran merupakan pendekatan yang fundamental dalam manajemen pemasaran modern. Riset ini membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, memilih segmen pasar yang tepat, dan mengembangkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen.

Kelengkapan produk menjadi suatu alasan keputusan pembelian suatu produk dan selain kelengkapan produk ada juga harga dan lokasi yang mengakibatkan konsumen menjadikan alasan keputusan pembelian suatu produk. Toko pertanian di daerah Nganjuk memiliki banyak pesaing di bidang pertanian tetapi setiap konsumen

mempunyai alasan untuk keputusan pembeliannya karena harga dan lokasi yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Mempertahankan konsumen agar tetap berbelanja pada toko pertanian ini merupakan jalan untuk tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui lebih dalam terkait permasalahan yang akan diteliti mengenai kelengkapan produk, harga dan lokasi serta keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

KAJIAN TEORITIS

Kelengkapan Produk

Menurut Utami (dalam Rahadhini et al., 2022) Kelengkapan produk merupakan adanya barang yang memiliki variasi produk dengan kualitas dan manfaat yang berbeda. Kelengkapan Produk merupakan adanya beragam produk yang ditawarkan oleh suatu toko dan produk tersebut selalu ada di toko yang dapat dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Harga

Menurut Swastha (dalam Arianto, 2020) Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga merupakan alat pertukaran yang digunakan oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan barang yang diinginkan oleh konsumen dan bagi perusahaan akan mendapatkan laba agar perusahaan tetap berjalan.

Lokasi

Menurut Swastha & Irawan (2014) Lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi merupakan faktor untuk menarik konsumen agar berbelanja ditoko tersebut, seperti karena faktor lokasi yang strategis dapat membuat konsumen nyaman akan lokasinya dan dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja ditoko tersebut.

Keputusan Pembelian

Menurut Heryanto (dalam Rivaldo & Yusman, 2021) keputusan pembelian adalah keputusan yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara meneliti lebih dari satu metode. Keputusan pembelian merupakan proses

dimana seseorang akan memutuskan pilihan atas produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk membeli suatu produk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang diperkirakan berbelanja dalam satu bulan di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk adalah sebanyak 183 konsumen dengan pengambilan sampel dilakukan langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner pada setiap konsumen yang telah selesai berkunjung di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk yang berjumlah 126 sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan kriteria yang digunakan adalah sampel yang merupakan konsumen yang telah berbelanja di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Survei/observasi

Observasi adalah proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dalam ingatan (Sugiyono, 2017).

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan instrumen untuk mengumpulkan data, dimana partisipasi atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Skor 1 = Sangat tidak setuju

Skor 2 = Tidak setuju

Skor 3 = Ragu-ragu

Skor 4 = Setuju

Skor 5 = Sangat setuju

Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta (a)	23,777			
Kelengkapan Produk (X1)	-0,110	1,983	0,025	Ho ditolak Ha diterima
Harga (X2)	-0,379	3,879	0,038	Ho ditolak Ha diterima
Lokasi (X3)	0,369	4,053	0,000	Ho ditolak Ha diterima

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 23,777 - 0,110X_1 - 0,379 X_2 + 0,369 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat di intepretasikan beberapa hal diantaranya sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 23,777. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kelengkapan Produk (X1) yaitu sebesar - 0,110. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel kelengkapan produk dan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) yaitu sebesar - 0,079. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel Harga dan keputusan pembelian.
4. Koefisien regresi Lokasi (X3) sebesar 0,369 adalah bernilai positif. Artinya, jika Lokasi (X3) naik sebesar 1 satuan maka variabel Keputusan Pembelian (Y) meningkat sebesar 0,369.

Uji Hipotesis

Dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat dan melihat seberapa besar pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di UD Eka Tani Ngronggot.

Uji T (Parsial)**Tabel 2. Hasil Uji T**

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	1,983	0,025	Ho ditolak Ha diterima
Harga (X2)	3,879	0,038	Ho ditolak Ha diterima
Lokasi (X3)	4,053	0,000	Ho ditolak Ha diterima

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas kelengkapan produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) berpengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kelengkapan Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial terhadap variabel kelengkapan produk (X1) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $1,983 > 1,97960$ dengan nilai Sig. $0,025 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa kelengkapan produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial terhadap variabel harga (X2) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,879 > 1,97960$ dengan nilai Sig. $0,038 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Pengaruh Lokasi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial terhadap variabel lokasi (X3) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,053 > 1,97960$ dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa lokasi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji F (Simultan)**Tabel 3. Hasil Uji F**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.913	3	148.971	5.548	.001 ^b
	Residual	3275.722	122	26.850		
	Total	3722.635	125			

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat memiliki nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $5.548 > 2,68$ dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ yang menyatakan bahwa Ha diterima yang artinya memiliki

pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.346 ^a	.120	.198	5.18172

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,198 yang berarti bahwa pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 19,8%, sedangkan sisanya (100% - 19,8% = 80,2%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS 25.0 for windows*, variabel kelengkapan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,983 dan sig $0,025 < 0,05$ sehingga secara signifikan atau hasil hipotesis 1 yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap pernyataan dari kuesioner yang rata-rata menjawab setuju.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS 25.0 for windows*, variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,879 dengan nilai Sig. $0,038 < 0,05$ sehingga secara signifikan atau hasil hipotesis 2 yaitu H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil tersebut dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap pernyataan dari kuesioner yang rata-rata menjawab setuju.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS 25.0 for windows*, variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,053 dan Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga secara signifikan atau hasil hipotesis 3 yaitu H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil tersebut dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap pernyataan dari kuesioner yang rata-rata menjawab setuju.

Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25, variabel kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara signifikan atau hasil H4 yaitu H_0 ditolak dan H_4 diterima, hasil tersebut dibuktikan dengan tanggapan responden pada kuesioner rata-rata menjawab setuju.

Karakteristik responden pada variabel ini serta hasil perolehan data dari penelitian ini mendapatkan bahwa banyaknya jenis kelamin dalam responden ini adalah laki laki dengan rentang usia 21- 30 tahun dengan jumlah presentase 49% dan dengan rata – rata pekerjaan responden adalah sebagai petani, serta rata – rata responden memiliki jarak rumah 1 – 3 km dari UD Eka Tani Ngronggot. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jarak rumah menentukan keputusan pembelian. Secara kelengkapan produk dapat dijelaskan bahwa UD Eka Tani Ngronggot menawarkan produk secara lengkap, harga yang bersaing dan lokasi yang strategis akan besar kemungkinan membuat keputusan pembelian oleh konsumen secara berulang. Indikator indikator yang dihasilkan dari kelengkapan produk, harga dan lokasi sudah terpenuhi sehingga indikator variabel keputusan pembelian seperti faktor sosial dan faktor budaya juga mempengaruhi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk dapat disimpulkan :

1. Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $1,983 > 1,97960$ dengan nilai signifikan $0,025 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel kelengkapan produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $3,879 > 1,97960$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $4,053 > 1,97960$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
4. Kelengkapan produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil nilai F hitung sebesar 5.548 dengan signifikansi 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 ($0,001 < 0,050$).

SARAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan oleh peneliti maka, saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah:

1. Untuk Perusahaan

Mampu terus meningkatkan kelengkapan produk yang akan diperjual belikan serta memberikan harga yang bersaing kepada para konsumen, dan lokasi yang strategis membuat keputusan dalam pembelian sangat berpengaruh. Ketiga variabel ini akan terus meningkat dalam proses keputusan pembelian oleh para konsumen. Agar toko pertanian ini dapat berjalan seperti tujuan sehingga perlu mempelajari ilmu *marketing* dan konsep pemasaran secara mendalam.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya seperti promosi, kualitas layanan, e-service, dan sebagainya.

DAFTAR REFERENSI

- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Creswell, J. W. (2015). *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*. United States of America : Sage Publication.

- Ghozali, H. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang Pada PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.477>
- Igir, F. G., Tampi, J. R. ., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Kotler, P. (2011). Philip Kotler's Contributions to Marketing Theory and Practice. In N. K. Malhotra (Ed.), *Review of Marketing Research: Special Issue – Marketing Legends (Vol. 8, pp. 87–120)*. Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2011\)0000008007](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2011)0000008007)
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1), 74–86. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/564>
- Purwanto, P. (2019). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 12–17. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i2.189>
- Rahadhini, M., Pramono, H., & Susanti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 21(3), 211–219. <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam*, 1(1), 13. <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book Of SPSS. Anak Hebat Indonesia*.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Widya Amrita*, 1(1), 144–163. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1162>
- Swastha, B., & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

- Wahyudi, I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Di Sekitar Kampus Uin Alauddin Makassar. 53(9), 1689–1699.
- Xian, Li, G., & dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal : Manajemen Dan Keuangan Unsam.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>