

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLANET MIDI SWALAYAN

Muhammad Fiki Ramadhan^{1*}, Wan Laura Hardilawati², Rian Rahmat Ramadhan³
Jurusan Manajemen Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau
*e-mail: 190304194@student.umri.ac.id

Abstrak

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Planet Midi Swalayan. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen travel Planet Midi Swalayan yang jumlahnya sebanyak 110 orang. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling yakni pengambilan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu dengan jumlah sampel 110 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yakni dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *kelengkapan produk, suasana toko, keputusan pembelian*

PENDAHULUAN

Di kota Pekanbaru, bisnis ritel terus mengalami perkembangan. Adapun beberapa contoh usaha ritel modern berbentuk minimarket dan supermarket yang tersebar di kota Pekanbaru yaitu Planet Swalayan, Yesmart, Daily Mart dan raksasa ritel yakni Indomaret dan Alfamart (Alfiyah, 2017). Banyaknya usaha sejenis mengakibatkan persaingan di sektor ritel menjadi semakin ketat. Semakin ketatnya persaingan diantara pelaku bisnis tersebut, membuat para pengusaha harus selektif dalam menentukan strategi penjualan dengan memilih barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen, karena konsumen akan lebih mempertimbangkan dalam memilih barang atau jasa yang akan mereka gunakan dan pastinya mereka akan memilih produk berkualitas di tempat yang nyaman dengan harga murah. Pertumbuhan bisnis yang pesat menuntut pelaku bisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan menjadikan kebutuhan konsumen sebagai fokus utama bagi perusahaan, khususnya untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Naibaho dan Andy, 2022).

Keputusan pembelian merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, karena keberlangsungan hidup bisnis ritel sangat ditentukan oleh keputusan pembelian konsumen ritel dan keputusan pembelian akan

berpengaruh terhadap volume penjualan. Keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami dan merancang strategi yang akan diterapkan (Sari et al., 2020).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut salah satunya yaitu kelengkapan produk yang ditawarkan oleh pengusaha. Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen lebih tertarik berbelanja di tempat yang menawarkan berbagai macam produk, baik dari segi jenis, kualitas, dan lain sebagainya. Sehingga semakin beragam dan lengkap produk yang tersedia, maka semakin mudah bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu menyediakan berbagai macam produk baik dari segi jenis, merek, kualitas, maupun ukuran agar konsumen dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhan mereka (Naibaho dan Andy, 2022).

Kelengkapan produk merupakan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain, atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel (ma'ruf, 2020). Terdapat beberapa indikator dari kelengkapan produk yaitu variasi, keberagaman, dan ketersediaan produk (Utami, 2019).

Faktor lainnya yang turut mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen adalah suasana toko. Menurut Levy dan Weitz (2017), suasana toko mengacu pada desain dari sebuah lingkungan yang distimulasi oleh panca indra. Suasana toko adalah suatu karakteristik yang sangat penting bagi bisnis ritel, hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai keinginan konsumen dan membuat konsumen lebih nyaman dalam berbelanja (Purwaningsih, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Alfiyah (2017), Hartono dan Burhanudin (2019), Naibaho dan Andy (2022), menemukan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen lebih tertarik berbelanja di tempat yang menawarkan berbagai macam produk, baik dari segi jenis, kualitas, dan lain sebagainya. Sehingga semakin beragam dan lengkap produk yang tersedia, maka semakin mudah bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana (2021), menemukan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Suasana toko yang aman, nyaman, serta memiliki fasilitas yang lengkap dapat menstimulasi dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, suasana toko mengacu pada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. (Berman dan Evans, 2018).

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2018) keputusan pembelian adalah proses psikologis dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Menurut Indasari

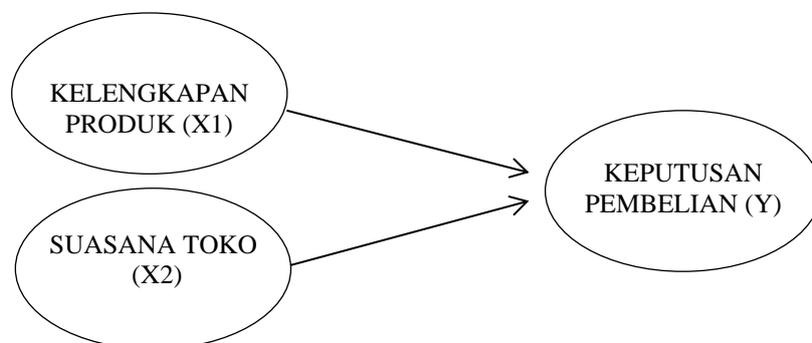
(2019) keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. London dan Bitta (2018) keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana pembelian akan dilakukan. keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan (Schiffman dan Kanuk, 2014).

Kelengkapan Produk

Menurut Ma'ruf (2020), kelengkapan produk merupakan pengadaan barang-barang sesuai dengan jenis bisnis yang dijalani perusahaan (produk berbasis makanan, barang kebutuhan rumah, produk umum, pakaian, atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai, untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. kelengkapan produk adalah yang berhubungan dengan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. kelengkapan produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler (2007).

Suasana Toko

Menurut Kotler dan Keller (2014), Suasana Toko merupakan suasana terencana yang sesuai dengan pasar targetnya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. Suasana toko adalah keseluruhan efek emosional yang diciptakan oleh atribut fisik toko dimana diharapkan mampu memuaskan kedua belah pihak yang terkait, yaitu retailer dan konsumennya. Suasana toko yang nyaman hendaknya dapat terlihat dari atribut yang dapat menarik lima indera manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba dan perasa. Proses penciptaan suasana toko adalah kegiatan merancang melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian, tersebut dirancang untuk menghasilkan pengaruh atau respon emosional dan persepsi khusus dalam diri konsumen sehingga bersedia melakukan pembelian serta kemungkinan meningkatkan pembeliannya, (Utami 2013).



Gambar 1. Kerangka berpikir

METODE

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau

sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Alfiyah, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah berbelanja di Planet Midi Swalayan. Menurut Arikunto (2019), sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive* sampling. Teknik *purposive* sampling adalah suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2015). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Pekanbaru yang sudah pernah melakukan pembelian di Planet Midi Swalayan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Planet Midi Swalayan, populasi pada penelitian ini adalah 110 orang. Analisis yang digunakan meliputi uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, selanjutnya uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, kemudian uji regresi linear berganda, serta terakhir uji hipotesis yang meliputi uji kelayakan model (uji f), uji secara parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi. Semua analisis data menggunakan *software* SPSS 24.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah semua kuesioner valid atau tidak. Kuesioner disebut valid, artinya kuesioner tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Persyaratan minimum yang harus dipenuhi agar valid adalah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada penelitian ini validitas indikator dianalisis dengan menggunakan rumus *df* (*degree of freedom*) $df = n - k$, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen dengan rumusan $df = n - k$, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen. Jadi *df* yang digunakan adalah $110 - 2 = 108$ dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,187 (Andrian, 2019).

Diketahui bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar (0,187). Artinya semua item pernyataan dari indikator variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dinyatakan valid. Dengan demikian indikator dari ketiga variabel penelitian ini masing-masing layak dan dapat digunakan sebagai pengukur untuk mengukur variabel tertentu yang sudah ditetapkan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur angket yang merupakan indikator dari variabel dan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel (Nazri, 2021).

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Reabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	0.886	0,60	Reliabel
Suasana Toko (X2)	0.878	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.889	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa masing-masing dari setiap variabel ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Sari, 2020). Pada data normalitas data dapat digunakan dengan menggunakan uji *one sampel Kolmogorov Smimov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *one sampel Kolmogorov Smimov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali 2016).

Tabel 2. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.78739569
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.054
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa uji normalitas yang dilakukan dengan metode Kolmogorov Smirnov menunjukkan hasil signifikan uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada taraf signifikan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang diberi pada uji normalitas berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambilan keputusan pada uji Multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai VIF > 10.00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kelengkapan Produk	.946	1.057
	Suasana Toko	.946	1.057

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan,2023

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel Kelengkapan Produk (X1) menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 ($1.057 < 10$) dan Suasana Toko (X2) bernilai ($1.057 < 10$), dan nilai toleransi dari semua variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 10,00. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinearitas pada variabel Kelengkapan Produk (X1) dan Suasana Toko (X2).

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser. Uji heteroskedastisitas dengan SPSS Glejser: Uji ini memeriksa ketimpangan dari residual pengamatan dalam model regresi. Jika varian residual tetap konstan dari pengamatan ke pengamatan, disebut homoskedastisitas, dan jika berubah disebut heteroskedastis. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Duli, 2019).

1. Jika nilai signifikansi > 0.05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < 0.05, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.390	2.418			2.643	.009
	Kelengkapan Produk	.061	.055	.108		1.105	.272
	Suasana Toko	-.098	.049	-.193		-1.986	.050

a. Dependent Variable: Abresid

Berdasarkan tabel 4 hasil uji heteroskedastisitas dengan metode uji *glejser* dapat diketahui bahwa kedua variabel independen memiliki signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis linier. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, dan satu variabel terikat (Aprilguansyah, 2022).

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.303	8.114		1.640	.104
Kelengkapan Produk (X1)	1.169	.151	.600	7.762	.000
Suasana Toko (X2)	.065	.154	.032	.420	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 5 diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13.303 + 1.169 X1 + 0.065 X2$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1: Kelengkapan Produk

X2: Suasana Toko

Persamaan regresi linier diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 13.303 artinya keadaan saat variabel kepuasan konsumen (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel bebas harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) nilainya diasumsikan bernilai nol (0).

1. Nilai koefisien regresi variabel kelengkapan produk (X1) sebesar 1,169 menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kelengkapan produk, maka nilai variabel keputusan pembelian bertambah sebesar 1,169. Dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,65 menunjukkan bahwa variabel suasana toko mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel suasana toko, maka nilai variabel keputusan pembelian bertambah besar 0,65. Dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.

Uji Kelayakan Model

Uji Determinasi

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tingkat keeratan hubungan koefisien determinasi bernilai diantara 0-1. Mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (kelengkapan produk dan suasana toko) dalam menerangkan variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil dari pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.478	.468	5.841

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat diketahui nilai R menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dimana diketahui nilai R sebesar 0,691. Artinya bahwa korelasi ganda antar variabel independen (kelengkapan produk dan suasana toko) dengan variabel dependen (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang kuat. Dan juga dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,468 atau 46,8% . berarti kelengkapan produk dan suasana toko mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Planet Midi Swalayan Di Pekanbaru sebesar 46,8%, sementara sisanya 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t yang ada pada tabel dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Rumus pengambilan t_{tabel} dengan nilai 5% dengan menggunakan rumus Ghozali (2018) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} \text{ df} &= (\alpha/2 ; n - k - 1) \\
 &= (0,05/2 ; 110 - 2 - 1) \\
 &= (0,025 ; 107) \\
 &= 1,982
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n : sampel

k : jumlah variabel bebas

α : tingkat kepercayaan 5% (0,05)

hasil dari pengujian parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.303	8.114		1.640	.104
	Kelengkapan Produk (X1)	1.169	.151	.600	7.762	.000
	Suasana Toko (X2)	.065	.154	.032	.420	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 7 maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Planet Midi Swalayan di Pekanbaru menunjukkan t_{hitung} 7,762 dan t_{tabel} 1,982 dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,00 dibawah 0,05. Maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menerangkan bahwa semakin banyak kelengkapan produk yang di maka akan berakibat pada keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa benar kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Planet Midi Swalayan di Pekanbaru menunjukkan t_{hitung} 0,420 dan t_{tabel} 1,982 dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,00 dibawah 0,05. Maka hasilnya positif signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menerangkan bahwa suasana toko mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Planet Midi Swalayan Pekanbaru. Apabila semakin baik dan semakin banyak kelengkapan produk yang dijual maka akan membuat para konsumen tertarik untuk belanja di Planet Midi Swalayan.
2. Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya suasana toko sangat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, S. (2017). Pengaruh Atmosfer Toko, Display Toko, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Samu Pace. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1–13.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. (1st Ed). Deepublish.

- Fatimah. (2019). *Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Pt . Indako Trading Coy Kotamadya Medan Skripsi Oleh : Fatimah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan.*
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (edisi delata). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrayani, K. D. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Pada Edie Arta Grosir Cabang Bungkulan Di Kota Singaraja. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 129–137. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1065>
- Lafitatul. (2019). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 06(01), 1–15.
- Naibaho, H. M., & Andy. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Norawati, S. (2022). *Determinan komitmen Dan Kinerja Karyawan* (Citrawati Jatiningrum (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Rahayu, L. P., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 538–544. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1279>
- Rukajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (1st Ed). Bandung: Deepublish.
- S. W. Jacobus, T., Lumanauw, B., & Ch. Kawet, R. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105.
- Saputri, N. H. (2020). (*Studi Empiris Pada Homepreneur di Kabupaten Temanggung*) SKRIPSI (*Studi Empiris Pada Homepreneur di Kabupaten Temanggung*). 1–58.
- Sari, I. P., Nurfarida, I. N., & Suryaningtyas, D. (2020). Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ramayana Department Store Kota Malang). *Ejournal Ukanjuruhan*, 1–5.
- Setia, indera puji. (2020). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal.*
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Wulandari, C. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.36>