

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMINIMARKET 911
PENFUI TIMUR

Perkembangan perusahaan bisnis ritel di era globalisasi ini sangatlah pesat. Sejalan dengan bertumbuhnya teknologi serta hadirnya berbagai macam bentuk jual beli di bidang perdagangan ritel, seperti toko, minimarket, department store (toserba), dan pasar swalayan (supermarket), hal ini mengharuskan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Salah satu jenis usaha ritel yang semakin berkembang di berbagai negara, termasuk Indonesia, adalah minimarket. Minimarket menjadi pilihan banyak konsumen karena gaya hidup yang semakin sibuk dan kebutuhan akan tempat berbelanja yang praktis, cepat, dan mudah diakses. Namun, semakin banyaknya pemain dalam pasar ritel menyebabkan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, minimarket 911 perlu terus berinovasi dan melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualannya. Menurut Kotler & Armstrong (Bulele, E.Y. 2016) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Syahwi, M., & Pantawis, S (2021). Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Ardiansyah, E. (2020) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk berbelanja. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat

mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Lokasi Menurut Fandy Tjiptono (2015) Lokasi pendistribusian mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancarkan dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket 911 Penfui Timur. Populasi adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah membeli di Minimarket 911 Kota Kupang. Karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan Secara Langsung. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R^2). dengan bantuan software SPSS Versi 26. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variable Kualitas Pelayanan (X_1) nilai indeks setiap indikator berkisar antara 77,6-90,3. Dengan jumlah seluruh indeks yaitu 1.267,1 dan rata-rata indeks 84,473 berada dalam kategori tinggi. Sementara untuk nilai rata-rata indeks variabel Kelengkapan Produk (X_2) yaitu dengan nilai indeks 74,4-89,8 Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 74,4-89,8 dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 243,3 dan nilai rata-rata indeks 81,1 berada dalam kategori tinggi. Sementara untuk nilai rata-rata indeks Variabel Lokasi (X_3) Yaitu dengan nilai indeks 65,8-91,9 Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 323,2 dan nilai rata-rata indeks 80,8 berada dalam kategori tinggi, dan nilai rata-rata indeks 80,8 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil persamaan Regresi Linear berganda $Y = 7.903 + 0,48X_1 + 0,592X_2 + 0,643X_3 + e$ diketahui konstan regresi sebesar 7.903, koefisien regresi $b_1 = 0,48$, koefisien regresi $b_2 = 0,592$ dan koefisien regresi $b_3 = 0,643$. Nilai konstan sebesar 7.903 artinya jika nilai Kualitas Pelayanan (X_1), Kelengkapan Produk (X_2), Lokasi (X_3) sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 7.903 satuan. Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,148 artinya jika nilai Kualitas Pelayanan (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,148 satuan.

Koefesien regresi(b_2) sebesar 0,0592 artinya jika nilai Kelengkapan Produk (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, (Y) akan meningkat sebesar 0,592 satuan. Koefesien regresi(b_3) sebesar 0,643 artinya jika nilai Kelengkapan Produk (X_3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan(Y) akan meningkat sebesar 0,643 satuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikasi 0,015, Kelengkapan Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikasi 0,000 dan Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikasi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,733 . Hal ini menunjukan bahwa artinya Kualitas pelayanan, Kelengkapan Produk dan Lokasi memiliki kontribusi sebesar 73,33% terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya sebesar 26,7% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Berdasarkan Penelitian tersebut penelitian ini merekomendasikan agar Minimarket 911 Penfui Timur lebih menjaga Kelengkapan Produk secara konsisten secara real time, meningkatkan variasi produk dan menghindari penumpukan stok mati untuk menjaga ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian