

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo)

Bintang Vian Tri Prasetya¹, Umi Farida², Wijianto³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email : bintangviantriprasetya@gmail.com

Dikirim : 13 April 2023

Diterima : 22 Mei 2023

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain the impact of Service Quality, Product Completeness, and Pricing on the decision to purchase Sports Equipment (Case Study of Tukol Sport Ponorogo Consument). This research uses a quantitative method, which would be defined as utilizing numbers gained through the distribution of survey forms and secondary data obtained from the Tukol Sport Ponorogo document. The population of this study is 100 buyers at tukol Sport Ponorogo, with the saturation or census sample strategy used in this research. A questionnaire is utilized for gathering data. Multiple linier regression was utilized to analyze the data in this study. The findings of this study indicate that while service quality has a substantial impact on purchasing decisions, price has little effect. Purchase decisions are influenced. The buying choice is influenced by the quality of service, the completeness of the goods, and the price.

Keywords : Quality of service, Product completeness, Price, Purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan dalam upaya mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). Penelitian ini memakai metode kuantitatif yaitu dideskripsikan sebagai angka – angka dengan menggunakan data primer melalui langkah penyebaran kuesioner serta data sekunder dengan diperoleh berdasarkan dokumen profil Tukol Sport Ponorogo. Populasi penelitian ini adalah berjumlah 100 pembeli di Tukol Sport Ponorogo dimana proses mengambil data dilakukan metode jenuh atau sensus. Sedangkan metode pengambilan data menerapkan alat kuesioner. Penganalisisan data pada penelitian ini dengan menerapkan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian secara parsial yakni Kualiatas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian, Kelengkapan produk mempunyai pengaruh signifikan pada keputusan pembelian, Harga mempunyai pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan Kualitas pelayanan, Kelengkapan produk serta Harga berpengaruh pada Keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kelengkapan produk Harga, Keputusan pembelian.

A. PENDAHULUAN

Tukol Sport terkenal sebagai salah satu usaha di kota Ponorogo dimana ia bergerak di bidang olahraga. Perkembangan usaha atau bisnis olahraga saat ini semakin meningkat pesat, ditandai dengan meningkatnya kebutuhan generasi milenial saat ini pada bidang olahraga misalnya kebutuhan sepatu dan baju olahraga lainnya. Sehingga pihak perusahaan perlu menyediakan kelengkapan berbagai produk, baik produk sepatu maupun baju olahraga yang berbagai macam, warna, model serta memiliki kualitas yang bagus dan harga mudah dijangkau oleh konsumen.

Produk yang beragam dapat mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat dalam mempromosikan produknya. Persaingan produk tidak hanya di lihat dari unsur merek dan kualitas produk yang menjadi titik pusat perhatian, melainkan juga perusahaan wajib membangun harga produk yang mudah dijangkau oleh konsumen dan kelengkapan berbagai produk serta yang paling penting ialah kualitas pelayanan pada konsumen. Hal tersebut dapat memberikan dampak positif untuk konsumen dalam menentukan produk yang diinginkan atau disesuaikan dengan kebutuhan. Kebutuhan konsumen diantara salah satunya adalah kebutuhan berolahraga. Meningkatkan rasa sadar untuk melakukan olahraga bagi setiap individu masing - masing memiliki tanda dengan berkembang pesatnya pusat bisnis seperti lapangan futsal, lapangan sepa bola, jogging, lapangan voly, lapangan basket dan lainnya sebagainya. (Supriyadi (al, 2017)).

Banyak berkembangnya unit bisnis, konsumen dalam melakukan pembelian akan semakin beragam. Maka pentingnya untuk memahami perilaku konsumen menjadi perhatian bagi setiap usahan atau bisnis. Menurut (Emor, 2019) menjelaskan dimana untuk memutuskan pembelian adalah suatu keinginan yang dimiliki setiap konsumen pada saat melaksanakan pembelian. Konsumen akan menentukan produk untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan persepsi masing-masing dari merekaakan produk tersebut memiliki kaitan dengan seberapa berpotensi produk tersebut memenuhi apa yang konsumen butuhkan. Bila kebutuhan konsumen terpenuhi sesuai akan harapannya maka perusahaan akan lebih cepat bergerak dalam meningkatkan usahanya. Sehingga perusahaan ketika melaksanakan kegiatan proses pemasaran produk maka wajibmempertimbangkan perilaku konsumen serta beberapayang bisa memberikan pengaruh pada keputusan pembelian dalam proses pemasaran produk tersebut. Terdapat beberapa hal yang memberikan pengaruh pada konsumen pada saat hendak membuat keputusan untuk melaksanakan pembelian diantaranya, Kualitas Pelayanan, Perlengkapan Produk dan Harga.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi usaha atau bisnis dalam menyediakan pelayanan yang paling baik bagi masing-masing konsumen pada saat melakukan pembelian. Menurut (lupiyoadi, 2013, p. 7) menjelaskan dimana kualitas layanan merupakan cakupan atas seluruh ciri-ciri serta karakteristik suatu produk maupun jasa terkait mampu atau tidaknya dalam memenuhi kebutuhan yang sudah ditetapkan. Pada dasarnya masing-masing konsumen yang memakai layanan lebih berekspetasi akan mendapatkan layanan yang memiliki kualitas tinggi. Didukung oleh (Lupiyoadi, 2013) yaitu kualitas pelayanan merupakan seberapa besar perbedaan antara pelayanan secara nyata dan harapan pembeli atas pelayanan yang diperoleh atau diterima. Kualitas pelayanan bisa diartikan seberapa besar pelayanan yang diberikan konsumen untuk memenuhi harapannya. Artinya bahwa layanan atau jasa yang diperoleh maupun disadari oleh konsumen sebanding dengan harapan mereka yang dengan demikian nilai jasa atau pelayanan dianggap baik serta sesuai dengan kemauan konsumen. Hasil penelitian yang diadakan oleh (Lutfiana, 2021, p.

34) menerangkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan akan keputusan konsumen untuk membeli produk. Penelitian tersebut berbanding lurus dengan yang dilaksanakan oleh Agus Siyanto dan Desty Albiaty, (2016) dimana mereka mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dalam cakupan parsial mempunyai dampak signifikan akan perilaku konsumen agar memutuskan untuk membeli produk.

Selain Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk turut termasuk dalam satu dari beberapa faktor pada saat melaksanakan pembelian. Menurut Kotler dalam Tri Widodo, (2016) menjelaskan bahwa kelengkapan produk yaitu setiap aktivitas yang bisa di promosikan ke pasar tertentu maupun konsumen dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan atau keinginannya. Artinya bahwa ketika konsumen merasa terpenuhi produk yang diinginkan maka akan merasa senang sehingga melakukan pembelian kembali di toko tersebut. Hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Asrizal Efendy. N & Muhammad Taufik Lesmana, (2018) mengungkapkan bahwa Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan akan keputusan pembelian. Hal tersebut mendapat dukungan pula dari peneliti Agus Sriyono dan Desty Albiaty, (2016) memberikan pernyataan jika Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif. Artinya kelengkapan produk yang ditawarkan pada konsumen maka akan tingkat pembelian akan semakin naik, sebaliknya semakin rendah kelengkapan produk yang ditawarkan dapat dipastikan tingkat pembelian ulang konsumen turut merosot.

Selain kelengkapan produk, harga juga dapat diartikan sebagai faktor penting karena sebagai pembeada antara seorang penjual yang dapat membedakan penawarannya dari para pesaing, (Irawati, 2016, p. 8). Menentukan harga pada suatu produk yang dilaksanakan oleh perusahaan diyakini memiliki pengaruh yang erat akan keputusan konsumen untuk membeli produk. Berdasarkan pendapat Swasta, (2014) terkait harga yaitu salah satu hal yang bisa dikendalikan oleh manajemen penjual maupun pemasaran. Penentuan harga merupakan satu dari beberapa cara bagi perusahaan dalam menentukan harga suatu produk pada konsumen yaitu melalui cara menyediakan harga lebih rendah daripada kompetitor lain. Produk dengan kualitas baik namun memiliki harga yang mudah dijangkau oleh konsumen dapat mendatangkan peminat yang banyak. Sebaliknya pula harga yang disampaikan pada konsumen berbanding terbalik dengan produk yang dijual bisa membuat konsumen berfikir beberapa kali dalam melakukan pembelian ulang.

Banyak jenis usaha atau bisnis dengan berfokus pada bidang olahraga salah satunya Tukul Sport dan sejenisnya yang berada di Kabupaten Ponorogo diantaranya misalnya Lantasa Gontor, Trisna Makmur, Telaga Intan, dan Surya Mas dengan semakin lama memiliki keragaman dapat menimbulkan kompetisi bisnis yang bertambah ketat, sebab dikarenakan semakin banyak jenis produk yang dapat dipilih yang tersedia yang memiliki berbagai jenis model, warna, serta harga yang sebanding akan kualitas produk yang tersedia. Di antara beberapa bisnis toko perlengkapan olahraga yang dapat bertahan dan berkompetisi di pasar sampai pada saat ini yaitu Tukul Sport.

B. KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pememasaran

Menurut (Handoko, 2016) dalam bukunya mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran merupakan serangkaian kegiatan utamadi mana sudah dibuat oleh pihak perusahaan atau organisasi agar dapat mempertahankan keberlangsungan masa depan perusahaan, dan berkembang serta memperoleh laba atau keuntungan. Kotler & Keller, (2013) menjelaskan bahwa pemasaran adalah seni serta ilmu menentukan target pasar serta memperoleh, mempertahankan, serta menarik konsumen tetap melalui penciptaan, penyerahan, serta pengkomunikasian pada konsumen tetap.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Kasmir, 2017) menguraikan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan dan perbuatan dari pelaku usaha atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. “Kualitas pelayanan adalah salah satu keadaan yang dinamis dengan memiliki keterikatan akan produk, jasa, manusia, proses maupun lingkungan yang memenuhi maupun melebihi”. (Tjiptono & Candra 2012). Sedangkan Lipoyadi, (2013) menjelaskan bahwa nilai dari pelayanan mencakup semua ciri serta karakteristik akan produk maupun jasa pada kompetensinya dalam menyesuaikan hal yang dibutuhkan oleh konsumen maupun pembeli.

Kelengkapan Produk

Produk merupakan hal yang disediakan untuk konsumen untuk memuaskan apa yang diinginkan maupun dibutuhkan. Berdasarkan pendapat Kotler dalam Tri Widodo, (2016) menjelaskan bahwa kelengkapan produk yaitu setiap hal yang bisa dipromosikan ke pasar maupun konsumen tertentu dalam upaya untuk menimbulkan kepuasan akan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Menurut Enos., et al, (2018) dalam Taufik Hidayat, (2020) menyatakan bahwa produk merupakan kumpulan dari atribut dengan sifat tangible (nyata), serta intangible (tidak nyata) yang pada isinya mencakup warna, harga, kemasan, prestige pabrik, prestige pengecer, serta pelayanan akan pabrik maupun pengecer dimana memungkinkan untuk diperoleh konsumen dalam menjadi hal yang dapat memenuhi kepuasan akan keinginan konsumen.

Harga

Menurut Jakson, (2013) menjelaskan bahwa harga adalah uang dalam jumlah tertentu yang dimanfaatkan untuk alat tukar dalam upaya mendapat produk barang maupun jasa melalui proses pembelian oleh konsumen. Harga sebagai faktor penting perlu dipertimbangkan bagi pihak perusahaan. Sedangkan Kotler & Keller, (2012) mendefinisikan harga merupakan sejumlah uang maupun barang dimana ia dibutuhkan untuk memperoleh percampuran produk lain serta jasa yang diberikan. Menurut Qomariah, (2016) harga adalah rupiah dalam angka tertentu dimana ia diserahkan oleh konsumen akan produk barang maupun jasa yang sudah didapatkan.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah satu dari beberapa langkah yang termasuk dalam proses keputusan pembelian sebelum dilakukan aktivitas pembelian. Pada saat memulai langkah

keputusan pembelian, sebelum itu konsumen ada di tahap yang terdapat beberapa opsi alternatif yang kemudian konsumen memilih serta menentukan keputusan akan melakukan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa pada akhirnya.”Kotler dan Armstrong, (2014) mengungkapkan jika keputusan pembelian adalah perilaku parsial konsumen dimana penggunaan barang maupun jasa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan dari masing masing konsumen secara pribadi, berkelompok, maupun berorganisasi.

C. METODE PENELITIAN

Pada saat melakukan penelitian ini, peneliti menerapkan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dengan merujuk pada pendapat (Sugiyono, 2018;13) adalah metode penelitian dengan berdasarkan pada positivistic (data yang konkrit), data yang diperoleh dalam bentuk numerik yang kemudian dilakukan pengukuran dengan menggunakan statistik yang berfungsi sebagai media penguji perhitungan terkait persoalan pada penelitian agar dapat ditemukan kesimpulan. Kemudian untuk mengumpulkan data pada penelitian ini memanfaatkan Program SPSS dalam upaya mempermudah proses analisis data.

Ruang lingkup Penelitian

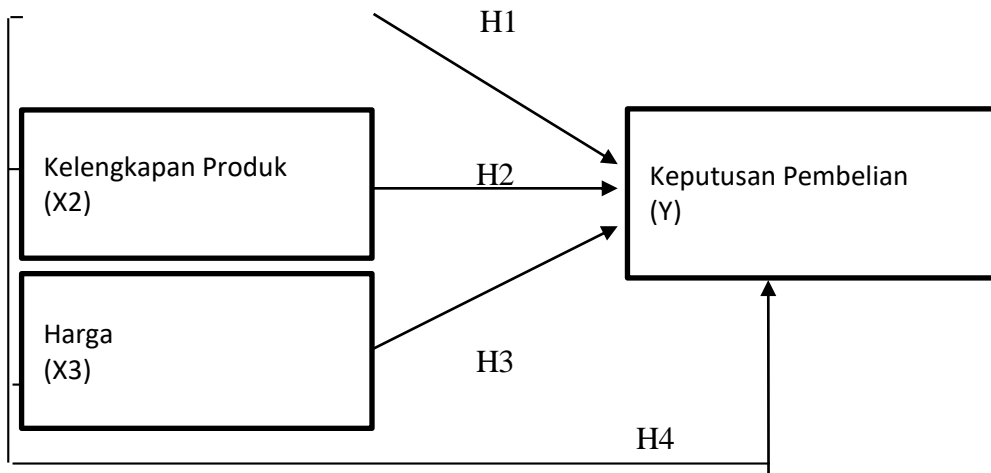
Penelitian dilakukan di Toko Tukol *Suport* Ponorogo yang sudah cukup lama bergeluti dibidang perlengkapan olahraga misalnya sepatu dan baju olahraga yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 139, Krajan, Tambakbayan, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Pemilihan lokasi pada toko Tukol *Sport* Ponorogo karena salah satu toko yang selalu banyak di kunjungi oleh anak muda melinial untuk melakukan pembelian perlengkapan olahraga.

Metode Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Hipotesis pada penelitian adalah seperti berikut ini.

| |
|----------------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) |
|----------------------------|



Definisi operasional variabel

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kelengkapan Produk

X3 = Harga

Y = Keputusan Pembelian

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menghitung uji validitas, maka bisa dijelaskan menggunakan kriteria dibawah ini adalah sebagai berikut:

1. Pada saat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dengan demikian data pernyataan maupun pertanyaan diketahui valid.
2. Pada saat $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, dengan demikian data pernyataan maupun pertanyaan diketahui tidak valid.

Kualitas Pelayanan (X1)

| Variabel | Indikator | R _{hitung} | R _{tabel} | Keterangan |
|-------------------------|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | X _{1.1} | 0,849 | 0,196 | Valid |
| | X _{1.2} | 0,899 | 0,196 | Valid |
| | X _{1.3} | 0,867 | 0,196 | Valid |
| | X _{1.4} | 0,886 | 0,196 | Valid |
| | X _{1.5} | 0,856 | 0,196 | Valid |
| Variabel | Indikator | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
| | X _{2.1} | 0,875 | 0,196 | Valid |

Kelengkapan Produk (X2)

| | | | | |
|--------------------------|------------------|-------|-------|-------|
| Kelengkapan | X _{2.2} | 0,889 | 0.196 | Valid |
| Produk (X ₂) | X _{2.3} | 0,875 | 0.196 | Valid |
| | X _{2.4} | 0,899 | 0.196 | Valid |
| | X _{2.5} | 0,826 | 0.196 | Valid |

Harga (X₃)

| Variabel | Indikator | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|-------------------------|------------------|---------------------|--------------------|------------|
| Harga (X ₃) | X _{3.1} | 0,872 | 0.196 | Valid |
| | X _{3.2} | 0,897 | 0.196 | Valid |
| | X _{3.3} | 0,920 | 0.196 | Valid |
| | X _{3.4} | 0,888 | 0.196 | Valid |
| | X _{3.5} | 0,872 | 0.196 | Valid |

Keputusan Pembelian (Y)

| Variabel | Indikator | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|-------------------------|-----------|---------------------|--------------------|------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Y.1 | 0,886 | 0.196 | Valid |
| | Y.2 | 0,842 | 0.196 | Valid |
| | Y.3 | 0,857 | 0.196 | Valid |
| | Y.4 | 0,808 | 0.196 | Valid |
| | Y.5 | 0,819 | 0.196 | Valid |

Sumber: Data Output SPSS 2022

Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2016), Uji reliabilitas merupakan media yang dipakai dalam rangka melakukan pengukuran kuesioner tertentu yang mana berupa indikator akan variabel atau konstruk. Kuesioner bisa dinyatakan reliable pada saat jawaban individu mengenai pernyataan tidak berubah atau konsisten pada kurun waktu tertentu. Reliabilitas instrument penelitian dilaksanakan dengan mengamati korelasi koefisien Cronbach Alpha pada seluruh kuesioner pada masing-masing variabel. Menurut Ghozali (2016), Teknik yang diterapkan pada penelitian ini yakni Cronbach Alpha (α) suatu varibel dinyatakan reliable pada saat nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Kriteria | Keterangan |
|----------|------------------|----------|------------|
|----------|------------------|----------|------------|

| | | | |
|--------------------------------------|-------|------|----------|
| Kualitas Pelayanan (X ₁) | 0,821 | 0,06 | Reliable |
| Kelengkapan Produk (X ₂) | 0,821 | 0,06 | Reliable |
| Harga (X ₃) | 0,824 | 0,06 | Reliable |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,815 | 0,06 | Reliaele |

Sumber: Data Output SPSS 2022

Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.094 | 1.069 | | 1.023 | .309 |
| Kualitas Pelayanan | .267 | .089 | .265 | 3.016 | .003 |
| Kelengkapan Produk | .213 | .069 | .227 | 3.095 | .003 |
| Harga | .455 | .080 | .469 | 5.696 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Output SPSS 2022

Dengan melihat hasil regresi linier berganda dalam tabel tersebut, dapat diuraikan dengan menggunakan persamaan regresi terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen antara lain:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.094 + 0,267 X_1 + 0,213 X_2 + 0,455 X_3 + e$$

Konstanta, dengan melihat hasil regresi linier berganda terdapat nilai Costanta(a) senilai 1,094 apabila saat variabel Kualitas pelayanan (X₁), Kelengkapan produk (X₂), serta Harga (X₃) nilainya 0 maka nilai variabel keputusan pembelian sebesar 1,094.

1. Koefisien regresi linier berganda variabel Kualitas pelayanan(X₁) didapati nilai positif senilai 0,267 diartikan yakni variabel kualitas pelayanan meningkat satu satuan dengan demikian keputusan pembelian terdapat adanya peningkatan senilai 0,267 dimana asumsi variabel bebas yang lain sama dengan 0.

2. Koefisien regresi linier berganda variabel Kelengkapan produk (X2) didapati nilai positif senilai 0,213 dengan demikian berarti variabel Kelengkapan produk terdapat adanya peningkatan satu satuan dengan demikian keputusan pembelian didapati adanya peningkatan senilai 0,267 dimana asumsi variabel bebas yang lain sama dengan 0.
3. Koefisien regresi linier berganda variabel Kelengkapan produk (X3) didapati nilai positif senilai 0,213 dengan demikian variabel Kelengkapan produk didapati adanya peningkatan satu satuan sehingga keputusan pembelian didapati peningkatan senilai 0,267 dimana asumsi variabel bebas yang lain sama dengan 0.
4. Koefisien regresi linier berganda variabel Harga (X4) didapati nilai positif senilai 0,455 maka variabel Harga didapati adanya peningkatan satu satuan sehingga keputusan pembelian didapati adanya peningkatan senilai 0,455 dimana asumsi variabel bebas yang lain sama dengan 0.

Uji Parsial (Uji T)

Slamet Santoso, (2013) menyatakan bahwa uji t dimanfaatkan dalam rangkamengetahui tingkatan signifikansiakan pengaruh variabel independen dengan cara parsial akan variabel dependen.

Uji T

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.094 | 1.069 | | 1.023 | .309 |
| Kualitas Pelayanan | .267 | .089 | .265 | 3.016 | .003 |
| Kelengkapan Produk | .213 | .069 | .227 | 3.095 | .003 |
| Harga | .455 | .080 | .469 | 5.696 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Output SPSS 2022

Dengan mengamati uji T dalam tabel tersebut dalam rangka melakukan perbandingan nilai t hitung serta t tabel menggunakan Degrees of freedom (df) yakni $(n-k)$, $100 - 4 = 96$, sehingga memperoleh nilai df pada penelitian ini sebesar 1,984. Slamet Santoso, (2013) menyatakan bahwa tahapan untuk melaksanakan uji t dapat dilihat dengan menggunakan kriteria, Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dengan demikian H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, dapat diartikan bahwa variabel bebas melalui pengamatan parsial memiliki pengaruh pada variabel terikat dan apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat artikan bahwa variabel bebas secara parsial tidak memberikan pengaruh pada variabel terikat.

Uji Simultas (Uji F)

(Slamet Santoso, 2013) menyatakan jika uji F diterapkan dalam rangka mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen dengan cara bersamaan pada variabel dependen

| Uji F | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| ANOVA ^b | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 864.680 | 3 | 288.227 | 105.465 | .000 ^a |
| | Residual | 262.360 | 96 | 2.733 | | |
| | Total | 1127.040 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Output SPSS 2022

Dengan melihat hasil dari uji f pada tabel diatas, bisa diuraikan, Nilai signifikan pada uji f variabel kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), serta harga (X3) yakni senilai $0,000 < 0,05$ dan nilai f-hitung sebesar $105,465 > f$ tabel 2,70 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa uji f dengan cara simultan yakni bersamaan memberikan pengaruh signifikan pada keputusan konsumen untuk membeli produk di Tukul Sport Ponorogo.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dengan melihat hasil yang sudah diteliti, pada variabel kualitas pelayanan pada keputusan pembelian terdapat nilai t-hitung dengan angka $3,016 > t$ -tabel dengan angka 1,984 dengan besaran tingkat signifikan $0,003 < 0,05$, sehingga dapat digaris bawahi bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, berarti angka tersebut mengindikasikan jika kualitas pelayan memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian di Tukul Sport Ponorogo. Hal tersebut, membuktikan bahwa reliabilitas, resposivitas, asuransi, empati dan bukti fisik di Tukul Sport Ponorogo terhadap konsumen atau pembeli sudah cukup baik sehingga membuat konsumen merasa tertarik, nyaman ketika berbelanja barang perlengkapan olahraga di Tukul Sport Ponorogo. Penelitian ini, seiringan dengan apa yang dilaksanakan oleh Merentek, Lopian dan Soegoto, (2017) menunjukkan jika kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan akan keputusan konsumen untuk membeli produk.

2. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Dengan melihat hasil pada penelitian, pada variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian terdapat nilai t-hitung dengan angka $3,095 > t\text{-tabel}$ senilai 1,984 dengan nilai tingkat signifikan $0,003 < 0,05$, sehingga dapat digarisbawahi yakni H_0 ditolak serta H_a diterima, berarti angka tersebut menunjukkan yakni kelengkapan produk didapati memberikan pengaruh signifikan akan keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa beragamnya kesediaan produk, variasi produk yang di sediakan, ketersediaan produk yang akan ditawarkan, jenis merek yang disediakan dan karakteristik produk di *Tukol Sport* Ponorogo sudah beragam atau bervariasi sehingga konsumen merasa senang ketika belanja di *Tukol Sport* Ponorogo karena barang yang mereka cari selalu ada dan tersedia stor. Penelitian ini, berbanding lurus dengan penelitian yang dikemukakan oleh Masibbuk, Moniharapon dan Ogi, (2019) mengemukakan yakni kelengkapan produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada variabel harga terhadap keputusan pembelian terdapat nilai t-hitung dengan angka $5,696 > t\text{-tabel}$ dengan angka 1,984 dengan nilai tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat diketahui bahwa harga memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Hal ini mengartikan bahwa harga yang ditawarkan pada *Tukol Sport* Ponorogo sudah setara nilai dan manfaatnya, persepsi harga serta manfaat, harga produk bisa dijangkau, kompetisi harga, sesuai atau tidaknya harga yang ditawarkan dengan nilai produk. Sehingga membuat konsumen atau pembeli untuk melakukan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Adapun hasil akhir pada penelitian ini, memiliki pernyataan yang seiringan dengan penelitian sebelumnya dimana telah dikemukakan oleh Nasution, Taufik Lemas, (2018) yakni harga produk mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dengan mempertimbangkan hasil pada penelitian pada variabel kualitas pelayanan, kelengkapan produk serta harga secara simultan diketahui terdapat adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Hasil akhir pada penelitian menunjukkan yakni f-hitung senilai $105,465 > f\text{-tabel}$ senilai 2,70 serta nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Artinya yakni keputusan pembelian tidak sekadar dipengaruhi akan satu hal saja, namun bisa juga mendapat pengaruh dari beberapa faktor seperti penelitian ini yakni keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kelengkapan produk serta harga.

E. Kesimpulan

Kualitas pelayanan (X1) diketahui terdapat adanya pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Kelengkapan produk (X2) diketahui terdapat adanya pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Harga (X3) diketahui terdapat adanya pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian di *Tukol Sport* Ponorogo. Dengan memperhatikan hasil uji secara simultan (uji f) dimana variabel kualitas pelayanan, kelengkapan produk serta harga diketahui terdapat adanya pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian (Y) di *Tukol Sport* Ponorogo.

F. Ucapan Terima kasih

Puji syukur Allah SWT yang telah menganugerahi kesempatan dan juga kerahmatan-Nya yang dengan demikian penulis dapat menuntaskan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas pelayanan, Kelengkapan produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Perlengkapan olahraga”. (Studi Kasus *Tukol Sport* Ponorogo). Penulis memahami sepenuhnya jika selama menyusun skripsi ini tidak dapat terlepas akan uluran tangan maupun dorongan yang diberikan oleh pihak-pihak lainnya. Sebab itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih.

G. DAFTAR PUSTAKA

- al, S. e. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. malang.
- Emor, J. I. (2019). *PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RM. BAKSO SOLO PAK EKO*. *iogi2018,+7.4.+Jesikha+Inka+Emor.OK.pdf*, 9.
- Handoko, S. &. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Tulungagung.
- Irawati, S. Z. (2016). *PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MORNING BAKERY BATAM*. *Inobis (Inovasi Jurnal Bisnis)* .
- lupiyoadi. (2013). *manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi edisi 3*. salemba empat.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Salemba Empat.
- Lutfiana, M. (2021). *PENGARUH METODE LATIHAN MASSED PRACTICE DAN DISTRIBUTED PRACTICE TERHADAP KEMAMPUAN PUKULAN DROPSHOT CABANG OLAHRAGA BULUTANGKIS*. <http://repository.upi.edu/67815/> .
- Slamet Santoso, S. (2013). *STATISTIKA EKONOMI PLUS APLIKASI SPSS*. PONOROGO: PERPUSNAS.
- Assegaff, M. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Juli, p.171 – 186
- Bahari Syaiful, (201), *Metode Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengelolaan Data SPSS.*, Yogyakarta: ANDI
- Dharmawan, I. K., Math, M., Dharmawan, K., Harini, L. P. I., & Harini, L. P. I. (2014). *Penentuan Harga Kontrak Opsi Tipe Eropa Menggunakan Metode Quasi Monte Carlo dengan Barisan Kuasi-Acak Halton*. *E-Jurnal Matematika*, 3(4).
- Emor, J. I., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2019). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm. Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4)
- Fure, H. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Fahmi, (2016), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Bandung: Alfabeta
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Principle of Marketing*. 1– 63.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen (studi kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003)
- Kesuma, Eka, and M. Amri. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh." *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala* 4.4 (2015): 176-192.
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Ninth Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2014). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga
- Lianardi, William, and Stefani Chandra. "Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru." *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* 4.1 (2019): 45-58.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Madona, F. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*. [Skripsi] (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang).
- Mardiyanto, Rizka, and Mary Ismowati. "Analisis indeks kepuasan masyarakat dalam upaya peningkatan kepuasan kualitas pelayanan masyarakat di Kantor Kecamatan Kotabaru Kabupaten Karawang." *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* 9.2 (2017): 184-197.
- Peter, J., Paul, Olson, Jerry, C., 2010): *Consumer Behavior and Marketing Strategy* 9 th ed.; Mc Graw Hill, New York, USA.
- Qomariah, Nurul. 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Jember. Cahaya Ilmu.
- Rani Puspa, A. P. (2017, Juli). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*
- Sangadji, 2014. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Andi Publisher, Yogyakarta
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 156–164.
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S., & Aprilia, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D’Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 395-409.
- Schiffman, Kanuk, (2010): *Perilaku Konsumen*, Edisi 10; Indeks, Jakarta Swastha, B. (2014). *Manajemen Penjualan* edisi 3. Yogyakarta: BPFE
- Susanti, Febsri, and Ade Candra Gunawan. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang." (2019).
- Soewito, Yudhi. 2013. *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sunyuto. (2015). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CAPS
- Sugiono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Weenas, Jackson RS. "Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.4 (2013).
- Taufik, H. (2020). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Bangunan Atha Mandiri Dukuwaluh)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Publiser
- Wächter, L. (2020). Kotler, Philip. In *Ökonomen auf einen Blick* (pp. 547–555)
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga). *Among Makarti*
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.