

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BANGUN MANDIRI

Dismawanti Sanda

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jambatan Bulan Timika
DismawantiSanda72@gmail.com

Stepanus Sandi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jambatan Bulan Timika
stepanussandy09@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the Influence of Product Completeness and Service Quality on Purchasing Decisions at the Bangun Mandiri store. The method used is associative with a quantitative approach. Namely a method to determine the relationship or influence between two or more variables in this study the data collection method used is the observation method, questionnaire, and documentation method. To determine the positive influence, the analysis instrument used in the study is Multiple Linear Regression Analysis. The research data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of the study indicate that product completeness does not have a positive effect on purchasing decisions and service quality has a significant positive effect both partially and simultaneously on purchasing decisions at the Bangun Mandiri Store

Keywords: Product Completeness, Service Quality, Purchasing Decisions

Abstrak

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada toko Bangun Mandiri. Metode yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Yaitu metode untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, koesioner, dan metode dokumentasi. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif, maka instrument analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi liniear Berganda. Data penelitian didapatkan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perkembangan bidang industri dagang maupun jasa memberikan pengaruh terhadap perekonomian suatu daerah, dimana hal tersebut mampu memberikan

perubahan berarti dalam lingkup kehidupan masyarakat. Banyak bisnis yang berkembang sekarang ini menyebabkan banyak produk yang berkualitas yang dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Salah satu faktornya adalah meningkatnya permintaan suatu produk untuk digunakan oleh masyarakat. Selain meningkatnya permintaan produk, perusahaan juga harus memperhatikan kelengkapan produk yang ada untuk kebutuhan masyarakat serta memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini dikabupaten Mimika adalah bisnis bahan bangunan. Dengan meningkatnya perkembangan industri mengakibatkan persaingan dari kebutuhan bahan-bahan bangunan untuk kebutuhan masyarakat. Fenomena persaingan yang semakin menuntut para pelaku bisnis bahan bangunan untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bertahan dan bersaing sama seperti yang dialami Toko Bangun Mandiri. Toko Bangun Mandiri adalah salah satu bisnis usaha Toko yang menjual bahan-bahan bangunan yang ikut merasakan persaingan saat ini. Persaingan yang terjadi pada Toko Bangun Mandiri adalah masalah tingginya kualitas persaingan Banyak usaha bahan bangunan yang bermunculan yang tidak jauh dari lokasi Toko Bangun Mandiri yang menjual bahan bangunan yang sama dengan kelengkapan produk dan kualitas pelayanan yang berbeda-beda dan berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada pelanggan dengan memberikan produk yang berkualitas, serta harga yang bersaing. Berdasarkan hasil survei para konsumen mengatakan bahwa walaupun harga barang di Toko Bangun Mandiri lebih tinggi dibandingkan harga di Toko bangunan lain, namun kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang ada menjadi pilihan bagi masyarakat tetap berbelanja bahan bangunan di Toko Bangun Mandiri tersebut.

Toko Bangun Mandiri yang beralamat di Jl Budi Utomo No.88 Timika, kabupaten Mimika merupakan salah satu Toko yang bergerak di dalam usaha alat-alat bangunan yang dibangun pada Tahun 2012, pada saat ini Toko Bangun Mandiri sudah cukup dikenal dengan ketersediaan barang-barang yang diperlukan masyarakat. Para konsumen akan lebih tertarik pada Toko yang memiliki produk yang lengkap dan bervariasi. Kelengkapan produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam menarik pelanggan untuk berbelanja. Semakin lengkap produk yang disediakan oleh Toko Bangun Mandiri maka semakin memudahkan konsumennya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan agar para konsumen memutuskan membeli produk pada Toko Bangun Mandiri.

Hal ini didukung oleh beberapa penelitian, dalam penelitian Masibbuk et al., (2019) menyimpulkan bahwa secara koefisien atau bernilai positif membuktikan bahwa kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan tata letak, berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nurkasinah et al, (2022) Menyimpulkan bahwa variabel harga dapat berpengaruh dan tidak signifikan

terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangun Sinar Agung. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru, semakin baik pelayanan yang diberikan akan berpengaruh positif kepada kepuasan pelanggan.

Agar pelanggan dapat tertarik untuk membeli produk yang di toko Bangun Mandiri, maka Toko Bangun Mandiri harus memenuhi kebutuhan para konsumen dengan kualitas yang baik untuk meningkatkan loyalitas konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan cara untuk menawarkan produk sehingga pelanggan dapat tertarik untuk membeli produk tersebut. Hal tersebut merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengambil keputusan oleh para konsumen untuk membeli. Kualitas pelayanan yang di berikan dengan baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produknya. Hal itu akan memberikan pengaruh terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan permulaan dari kepuasaan dan keputusan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya keputusan pembelian. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelanggan dalam melakukan pembelian Produk dengan kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang selanjutnya menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis ingin meneliti dengan judul Pengaruh Kelengkapan produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.

Metode Penelitian

Berdasarkan cara memperoleh dan menganalisis data, Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif. (Siregar 2013:101) Metode asosiatif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih.

Peneliti menggunakan metode asosiatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pada Toko Bangun Mandiri.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan setiap data yang sudah diperoleh dari responden dapat dilihat nilai pada variabel Independent maupun variabel Dependent. Tabel 5.1 berikut akan disajikan nilai untuk setiap variabel yang digunakan dalam analisis.

Tabel 5.1
Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian
Deskriptive Statistik

	N	Minim al	Maxi mal	Mean	Std. Deviation
Kelengkapan produk,	100	4,00	10,00	8,3100	1,44736
Kualitas pelayanan,	100	7,00	25,00	17,3400	3,75841
Keputusan pembelian	100	17,00	35,00	28,6200	3,10028
Valid N	100				

Sumber : data SPSS 2023

Pada Tabel 5.1 diatas menjelaskan bahwa variabel X1 perlengkapan produk dengan jumlah 100. Karna responden maximum mencapai 4.00 dan juga mengapa maximum mencapai 10.00 karna dilihat dari perlengkapan produk sehingga poin dan jumlah rata-rata yaitu 8,3100 dan standar Deviasi, variabel X1 yaitu 1.44736. Dan X2 kualitas pelayanan mencapai 100 dan minimum 7.00 dengan responden maximum 25.00 mengapa, karna poin 17,3900 dan kemudian jumlah rata-rata dan X2 karna hasil dari kualitas pelayanan standar deviasi 3.75841 dan keputusan pembelian X3 dengan N jumlah 100 dan minimum17.00 karna dengan adanya produk maximum 35.00 hingga pada mean 28.6200 dengan jumlah rata-rata 3.10028.

Pengujian Kelayakan Model

Uji kelayakan model dari variabel Kelengkapan produk dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan Pembelian dengan Uji F. Nilai Uji F signifikansi sebagaimana ditunjukkan pada tabel 5.2 :

**Tabel 5.2
Hasil hitung uji F**

ANOVA^a

Model	sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig,
Regression	13,311	2	6,656	12,937	,000 ^b
Residual	49,901	97	,514		
Total	63,213	99			

a. Variable dependen :Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant)Kualitas pelayanan dan Kelengkapan produk

Sumber: data diolah SPSS 2023

Pengujian kelayakan model dilakukan dengan membuat perbandingan antara Nilai F_{hitung} dan Nilai F_{tabel} menggunakan hipotesis berikut :

H_0 : Kelengkapan Produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh

Signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun

H_1 : Mandiri

Kelengkapan produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bangun Mandiri.

Nilai F_{hitung} dapat diperoleh dari analisis sebesar 12,937 sedangkan F_{tabel} apabila nilai *signifikan* leye 0,5% menggunakan persamaan tersebut :

$$F_{tabel} = f\{(1-a)(dk \text{ pembilang} = m), (dk \text{ penyebut} = n-m-1)\}$$

$$\begin{aligned} \text{Maka } F_{tabel} &= f\{(1-0,05)(dk \text{ pembilang} = 2), (dk \text{ penyebut} = 100-2-1)\} \\ &= F\{(0,95)(2)(97) \\ &= 3,09 \end{aligned}$$

Pengujian hipotesis variabel:

Dari hasil diatas maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $12,937 > 3,09$ dan memiliki nilai signifikan $< ,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini telah layak untuk dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

Uji Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diuji menggunakan regresi Linear Berganda. hasil pengujian diperoleh nilai koefisien regresi sebagaimana digambarkan pada tabel 5.3 tersebut :

**Tabel 5.3
hasil Uji Regresi Coefficient^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.,
	B	Std, error			
1 (Constant)	1,756	,353		4,976	,000
Kelengkapan Produk	,123	,085	,134	1,443	,152
Kualitas pelayanan	,349	,079	,408	4,395	,000

Variabel Devenden :Keputusan Pembelian

Sumber data : diolah SPSS 2023

Berdasarkan uji koefisien kelengkapan produk Dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada tabel 5.2 bisa di lihat persamaan analisis dari regresi variabel dapat dirumuskan pada persamaan: $Y = a+b_1X_1 + b_2 X_2$..dengan hasil formasi tersebut :

Kelengkapan produk = 123 + kualitas pelayanan = ,349 keputusan pembelian. berdasarkan hasil nilai yang sudah dirumuskan, jadi pengaruh pada variabel terhadap keputusan pembelian di inter prestasikan tersebut adalah :

- a. Nilai dari persamaan regresi adalah 1,756, terjadi kurangnya produk sebesar 1,756 poin jika Variabel kelengkapan produk menurun maka kualitas pelayanan dengan nilai tetap atau tidak berubah, atau terjadi penurunan kelengkapan produk tersebut tidak dapat dipengaruhi oleh produk Dan kualitas pelayanan tetapi terdapat faktor lain yang menyebabkan terjadinya diluar penelitian.
- b. Nilai dari persamaan regresi kelengkapan produk (X_1) dengan nilai ,123. Dapat dikatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh untuk meningkatkan keputusan pembelian pada toko Bangun Mandiri. jika dalam variabel lain tidak mengalami perubahan nilai koefisien regresi, maka dalam variabel kelengkapan akan mengalami kenaikan pada keputusan pembelian pada toko Bangun Mandiri sebesar 0.123 poin.
- c. Kualitas pelayanan (X_2), memiliki tanda positif sebesar ,349. Nilai yang bertanda positif apabila ada kenaikan 1poin variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri sebesar ,349.

Uji Parsial

Hasil dari Uji Parsial atau Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh untuk setiap vriabel independent kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji parsial berpengaruh secara parsil dapat diuji dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} menggunakan hipotesis variabel adalah sebagai berikut:

- H_0 : Kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.
- H_1 : Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.
- H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.
- H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.

Hasil t_{hitung} yang diperoleh dengan menggunakan IBM SPSS sebagaimana ditunjukkan pada tabel 5.3 didapatkan nilai t_{hitung} dengan variabel kelengkapan

produk sebesar 1,443 dan nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 4,395. Selanjutnya perhitungan t_{tabel} dilakukan dengan *signifikan level* 0,5% menggunakan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{1}{2} a, df(n-k)$$

Maka $t_{hitung} = \frac{1}{2}(0,050), df(100-3)$
 $= 1,98$

Pengujian hipotesis variabel :

Pengujian 1: Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $1.443 > 3,09$ signifikansi dengan nilai $,152 > ,05$ yang artinya H_01 diterima, H_{12} ditolak, dengan demikian secara parsial kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Bangun Mandiri

Pengujian 2 : Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $4,395 > 1,98$ signifikansi sebesar $,152 > ,05$ yang artinya H_01 diterima, H_{12} ditolak, dengan demikian hasil dari uji parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian pada toko Bangun Mandiri.

Uji koefisien Determinansi

Koefisien Determinansi (R^2) dilakukan supaya kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan dalam variabel-variabel dapat diketahui. Dalam variabel bebas dalam menggunakan variabel tetap bisa dilihat dari besarnya R^2 , jika nilainya mendekati satu artinya variabel kelengkapan produk Dan kualitas pelayanan dinyatakan hampir seluruh informasi menjelaskan variabel keputusan. Dengan pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui pada Tabel 5.4 tersebut :

Tabel 5.4
Hasil uji Koefisien Determinasi

model mummy^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Err of the Estimate
1	,517 ^a	,267	,252	2,68123
a. Predictors:(constant)Kelengkapan produk dan kualitas pelayanan				
b.Variabel devendent: Keputusan pembelian				

Sumber : data diolah IBM SPSS 2023

Pada tabel 5.4 bahwa nilai R^2 hasil dari uji Koefisien Determinasi dengan nilai 0,267. Hasil tersebut menunjukkan bahwa, nilai presentase pada variabel keputusan

dapat dijelaskan dari variasi ke variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan dengan nilai 26,7% dan nilai 27,1% yang ada pada penelitian.

Uji Hipotesis Penelitian

Untuk mengetahui hasil dari rumusan hipotesis penelitian maka akan diuji terhadap hipotesis penelitian tersebut:

- a. Pengaruh kelengkapan produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil dari perhitungan regresi dari tabel 5.3 dapat diketahui nilai konstanta sebesar 1,756 maka dapat dikatakan apabila variabel independent dianggap nol, maka perubahan keputusan pembelian itu adalah sebesar 0,123 poin. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,123 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi pengetahuan sebesar satuan akan meningkatkan keputusan pembelian dengan nilai 0,123 poin. Dan berdasarkan nilai t hitung dengan nilai 1,443 (dibawah nilai t tabel yaitu 1,985) jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kelengkapan produk tidak secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis yang diduga kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. ditolak

- b. Pengaruh persepsi Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil dari perhitungan regresi pada tabel 5.3 dapat diketahui nilai konstanta sebesar 1,756 maka dapat dikatakan apabila variabel independen dengan nilai nol, maka perubahan keputusan pembelian dengan nilai 0,349 poin. Koefisien regresi X_2 dengan nilai 0,349 poin menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi kualitas pelayanan sebesar satuan akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,349 satuan dan didasarkan Nilai t hitung dengan nilai 4,395 (diatas nilai t tabel dengan nilai 1,985) dapat di ambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis yang diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. Diterima.

Pembahasan

Berdasarkan Hasil uji F dari hipotesis dapat diketahui bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. Dapat diketahui sebagai berikut :

- a. Pengaruh Kelengkapan Produk yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri disebabkan oleh berbagai indikator dari tanggapan responden. Di mana indikator tersebut terdiri dari : keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan berbagai macam produk, di mana dari indikator tersebut dapat dilihat bahwa responden rata-rata memilih jawaban kurang setuju dan tidak setuju sehingga kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. Jadi untuk karyawan Toko Bangun Mandiri bisa lebih memperhatikan lagi ketersedian produknya supaya bisa menarik pelanggan untuk membeli di Toko Bangun Mnadiri.
- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bangun Mandiri disebabkan jawaban responden dari berbagai indikator yang terdiri dari : bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan perhatian (*Empathy*), dimana indikator tersebut dapat diketahui bahwa para responden atau pelanggan rata-rata memilih jawaban sangat setuju dan setuju. Sehingga kualitas pelayanan dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri. Jadi, untuk karyawan Toko Bangun Mandiri supaya tetap memperhatikan perhatian dan pelayanan terhadap pelanggan supaya pelanggan tetap berkunjung dan berbelanja ke Toko Bangun Mandiri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa :

- a. Kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri
- b. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangun Mandiri.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan yang dilakukan maka saran dari penelitian tersebut adalah :

- a. untuk karyawan Toko Bangun Mandiri bisa lebih memperhatikan lagi ketersedian produknya supaya bisa menarik pelanggan untuk berbelanja di Toko Bangun Mnadiri.

- b. untuk karyawan Toko Bangun Mandiri supaya tetap memperhatikan perhatian dan pelayanan terhadap pelanggan supaya pelanggan tetap berkunjung ke Toko Bangun Mandiri.
- c. Kualitas pelayanan yang sudah diberikan karyawan Toko Bangun Mandiri sudah sangat menarik bagi para pelanggan, untuk itu karyawan pada Toko Bangun Mandiri tetap selalu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan agar pelanggan lebih sering berkunjung dan berbelanja pada Toko Bangun Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo Dwitama, S., & Malonda, E. S. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya*. Alfredododds@hotmail.com , edwardracerkidz@gmail.com%oAAlfredo
- Amanah, D. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Asia Teknik Kreasindo. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, March 2010, 12–26. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Armstrong, K. &. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (W. C. Kristiaji (ed.)). PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Edo Ardiansyah. (2020). *Pengaruh Produk Suasana Toko (store atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Banginang Kabupaten Kampar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Kiswardhana, A., & Triputranto, B. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Customer Service Stasiun Kereta Api Bandung Daerah Operasi II) Adam Kiswardhana Bambang Triputranto , SE ., MM Diploma 4 Manajemen Bisnis , Politeknik Pos Indonesia.*
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v6.i003.%25p>
- Masibbuk, I., Moniharpon, S., & Ogi, I. W. . (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Dikota Manado. 7(1). itamasibbuk@yahoo.com 2silcyljeova@yahoo.com 3ogi imelda@yahoo.com
- Nurkasih, S, H. T. H., & Binangkit, I. D. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru*. 170304012@student.umri.ac.id

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Sonda, H. J. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Rokok A-Mild Sampoerna*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (F. Sigit (ed.)). CV Andi OFFSET.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Susanti₁, N. K. D., Susanti₂, P. H., & Suputra, G. A. (2021). *Pengaruh Lokasi , Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung*. 1(1).
- Tirtayasa, S., Lubis, A. putri, & hazmanaan Khair. (2021). Keputusan Pembelian :Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>