
Pengaruh *Layout*, Kelengkapan Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya)

Aulia Nur Fitriani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya
E-mail: Aulianfitriani77@gmail.com

Article History:

Received: 05 Agustus 2022

Revised: 10 Agustus 2022

Accepted: 11 Agustus 2022

Keywords: *Layout, Product Completeness, Price Perception and Purchase Decision*

Abstract: *This study aims to determine and analyze the effect of Layout, Product Completeness, and Price Perception on Purchase Decisions at the Dua Putri Sembako Store, Kab. Tasikmalaya. The method used in this research is a quantitative approach with a survey method. The population in this study amounted to 100 respondents. The type of data used in this study is primary data obtained from questionnaires. The data analysis used is the classical assumption test and multiple regression analysis using SPSS version 25. The results of this study indicate that the layout, product completeness, and price perception simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at the Dua Putri Sub-District Store. Tasikmalaya. The layout partially has a significant effect on the Purchase Decision of the Dua Putri Sembako Store, Kab. Tasikmalaya. The completeness of the product partially has a significant effect on the Purchase Decision of the Dua Putri Sembako Store, Kab. Tasikmalaya. Price perception partially has a significant effect on the Purchase Decision of the Dua Putri Sembako Store, Kab. Tasikmalaya.*

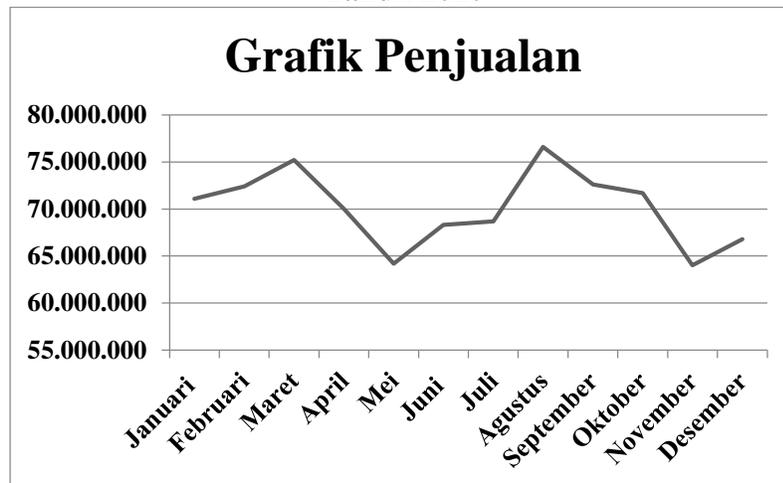
PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Yaitu sebuah penggerak perekonomian pada suatu daerah, dan sekarang ini mulai dianggap sebagai pilar penggerak perekonomian. Perkembangan dunia bisnis, industry, dan perdagangan sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian suatu Negara, perekonomian yang meningkat dan menurun dapat memberikan dampak bagi kelangsungan hidup masyarakat yang ada di Indonesia mengakibatkan semakin meningkatnya bisnis retail atau eceran.

Dalam persaingan yang ketat dalam bisnis, Toko Sembako Dua Putri ini harus mampu bersaing dengan toko sembako lainnya didaerah tersebut, upaya apa saja yang harus segera dilakukan oleh pemilik agar tetap bersaing dan terus bertahan. Jadi didalam penelitian ini dicari faktor apa saja yang dapat dilakukan oleh pemilik yang dapat digunakan dalam mengambil

keputusan dan kebijakan yang dilakukan untuk Toko Sembako Dua Putri. Berikut adalah grafik jumlah pemasukan yang diperoleh Toko Sembako Dua Putri dari Tahun 2020.

Tabel 1. Grafik Jumlah Pemasukan Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya Pada Tahun 2020



Sumber: Data dari Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya

Berdasarkan dari grafik penjualan Toko Sembako Dua Putri diatas mengalami penurunan penjualan, pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2020. Terjadinya penurunan keputusan pembelian di tahun 2020 diakibatkan adanya bencana pandemi yaitu Covid-19 yang menyebabkan perekonomian umumnya menjadi lebih terganggu, terbukti sejak pemerintah mulai menerapkan tindakan-tindakan untuk mengatasi pandemi sejak bulan Maret sangat mempengaruhi perekonomian, jadi tidak bisa dihindarkan pada penjualan sembako juga menjadi menurun selama pandemi.

LANDASAN TEORI

Pengertian *Layout*

Layout dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai tata letak atau pengaturan sebuah gambar-gambar atau tulisan tulisan. *Layout* atau tata letak berhubungan erat dengan alokasi ruang guna penempatan produk yang akan dijual. *Layout* adalah pemetaan area yang dirancang sebagai tempat menjual suatu produk untuk membantu konsumen dalam berbelanja dan pencarian barang yang akan dibeli. Menurut Mupridin dan Mahfud (2011:433): “Tata letak (*layout*) merupakan salah satu keputusan strategis oprasional yang turut menentukan efesiensi oprasi perusahaan dalam jangka panjang”.

Pengertian Produk

Menurut Kolter dan Armstrong (2018:347): “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau memuaskan keinginan atau kebutuhan”.

Pengertian Kelengkapan Produk

Ma’ruf dalam Herlina (2018): “Kelengkapan produk adalah kegiatan 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”.

Pengertian Harga

Harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen, harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli : Menurut Kotler dan Armstrong (2013:132): “Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Pengertian Persepsi Harga

Menurut Amryyanti *et al.* (2013): “Persepsi kewajaran harga sebagai penilaian bagi suatu hasil dan bagaimana suatu proses nantinya mendapatkan suatu hasil yang dapat diterima dan pastinya dalam suatu kewajaran dalam arti lain masuk akal”.

Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu organisasi, terutamanya karena masa depan suatu organisasi banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang. Menurut Assauri (dalam sahetapy, 2013:141): “Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya”.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang Digunakan

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (field research) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari pemberi data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode survei dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner (Aziz, 2020:107).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *Layout*, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh *Layout*, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya secara simultan dilakukan Uji F. Berdasarkan dari perhitungan SPSS versi 25 pada tabel ANOVA diketahui Fhitung sebesar 22,324 sedangkan Ftabel sebesar 3,09 atau $\text{sig} (,000^b) \leq \alpha (\alpha) (0,05)$. Diterimanya hipotesis alternative (H_a) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan 95% secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pada *Layout*, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya.

Pengaruh Layout Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi secara parsial antara Layout (X_1) dengan Keputusan hal Pembelian (Y) sebesar 0,326 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara Layout (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan Layout (X_1) meningkatkan Keputusan Pembelian (Y). Maka besar pengaruh Layout (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial sebesar 10,627% [$Kd = (0,326)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Layout berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini di buktikan berdasarkan tabel *coefficienst* . Dari hasil perhitungan diketahui bahwa sig (0,02) < alpha (α) (0,05) maka H_a diterima dan H_0 di tolak. Dengan demikian diartikan bahwa Layout (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Layout sangat membantu tercapainya Keputusan Pembelian di Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya. Karena semakin bagus layout maka akan menarik setiap pembeli untuk mengunjungi toko dan tidak menyulitkan konsumen untuk melihat barang-barang yang dibutuhkan karena semakin bagus layout maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian di Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya.

Pengaruh Kelengkapan Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi secara parsial antara Kelengkapan Produk (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,622 yang menunjukkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Kelengkapan Produk (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa Kelengkapan Produk (X_2) meningkatkan Keputusan Pembelian (Y). Maka besar pengaruh Kelengkapan Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial sebesar 39,69% [$Kd = (0,622)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini di buktikan berdasarkan tabel *coefficienst* Dari hasil perhitungan diketahui bahwa sig ($,000^b$) < alpha (α) (0,05) maka H_a diterima dan H_0 di tolak. Dengan demikian diartikan bahwa Kelengkapan Produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Kelengkapan Produk sangat membantu tercapainya Keputusan di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya. Karena ketika di toko tidak lengkap produk-produknya maka konsumen harus mencari ke toko yang lebih kumplit atau lengkap supaya tidak menghabiskan waktu dan itu sangat menyulitkan konsumen untuk berbelanja maka alangkah lebih baiknya Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya harus lebih diperhatikan lagi kelengkapan produknya agar konsumen tidak harus berpindah tempat untuk mendapatkan produk yang diinginkannya dan ketika lengkap maka keputusan pembelianpun akan meningkat.

Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmamalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi secara parsial antara Persepsi Harga (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,390 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara Persepsi Harga (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa Persepsi Harga (X_3) meningkatkan Keputusan Pembelian (Y). Maka besar pengaruh Persepsi

Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial sebesar 15,21% [$K_d = (0,390)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini di buktikan berdasarkan tabel *coefficienst*. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $\text{sig} (,000^b) < \alpha (\alpha) (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 di tolak. Dengan demikian diartikan bahwa Persepsi Harga (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Persepsi Harga sangat membantu tercapainya Keputusan di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya. Karena persepsi harga berperan sangat penting ditoko karena itu dapat meningkatkan keputusan pembelian karena konsumen banyak sekali yang tergiur dengan toko-toko yang relatif murah maka dari itu Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya harus lebih dipertimbangkan lagi masalah harga agar keputusan pembelian semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Layout pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya termasuk pada klasifikasi Bagus dengan skor 2.433, hal ini berarti Keputusan Pembelian di dasari adanya Layout pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmlaya yang tepat sasaran kepada konsumen.
Kelengkapan Produk pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya termasuk pada klasifikasi Bagus dengan skor 3.238, yang artinya Keputusan Pembelian didasari dengan Kelengkapan Produk pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmlaya yang tepat sasaran pada konsumen.
Persepsi Harga pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya termasuk pada klasifikasi Bagus dengan skor 3.171 yang artinya Keputusan Pembelian didasari dengan Persepsi Harga pada Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmlaya yang tepat sasaran pada konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel Layout, Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Layout terhadap Keputusan di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya.
4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya.
5. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variable Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sembako Dua Putri Kab.Tasikmalaya.

DAFTAR REFERENSI

Data Primer dan Data Sekunder. (2017).

<https://eprints.uny.ac.id/53574/4/4.BAB%20III%20TAS%201341624007.pdf>.

Fajar Idris. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu di toko fajar sport kecamatan pedurungan kota semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.

Heni Gustina. (2018). *Pengaruh harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Mini Market Masita* (Studi kasus Mini Market Masita Jalan Pasar 1 Desa Tandem Hilir 1 Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang). Skripsi

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.

Harga. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/4511/3/BAB%20II.pdf>

Info, K (2019). *Pengertian Data primer dan Data Sekunder*.

<https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-data-primer-dan-data-sekuder>.

Isma Radichal Saktiadji. (2019). *Pengaruh store layout dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Dua Putri swalayan Blitar* VOL.5 NO.1, Tahun 2019 ISSN: 2407-3741

Iriyanti dan Sugiarto (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian alat tenun bukan mesin (ATBM) di Pekalongan*. Diponegoro Journal Og Management Vol.2 No.2 2013

Kadek Dika Arya Putra I Nyoman Nurcaya. (2019). *Pengaruh layout toko dan visual merchandising toko terhadap kepuasan kerja karyawan supermarket tiara dewata denpasar*. E-JURNAL MANAJEMEN , VOL. 8 No.5. 2019 : 3086-3109ISSN :2302-8912

Layout Toko. <https://id.scribd.com/doc/291963572/makalah-layout-toko>