

## PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, TATA LETAK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PAKAN TERNAK HERI

Windi Tarisa Januar<sup>1)</sup>, Eko Widodo <sup>2)</sup>, Ustadus Sholihin<sup>3)</sup>,

Author e-mail : winditarisa8@gmail.com <sup>1), 2)</sup> ekowidodo@uniska-kediri.ac.id

<sup>3)</sup> ustadussholihin@uniska-kediri.ac.id,

<sup>1), 2), 3)</sup> Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Kediri

### ABSTRACT

*Heri Animal Feed Shop is a shop that operates in the animal feed sector which is located on Jl. Mujair etc. Dadapan Ds. Tawang District. Wates District. Kediri was founded by Mr Heri Mujiono in 2006. This research was conducted with the aim of finding out, explaining and proving the hypothesis that product completeness, layout and location influence purchasing decisions at the Heri Animal Feed Shop. The research method used is causal associative quantitative, where the sampling method is accidental sampling using a questionnaire and Likert scale. Where the population of this study is all unknown consumers of the Heri Animal Feed Shop. The sample for this study consisted of 385 respondents using the Cochran formula. The analysis method used is multiple linear regression using SPSS 25 for Windows. This research shows that product completeness, layout and location partially have a positive influence on purchasing decisions at the Heri Animal Feed Shop as evidenced by the significance of the t test value of  $0.000 < 0.05$ . And in the f test, product completeness, layout and location have a simultaneous influence on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** Product Completeness, Layout, Location, Purchase Decisions

### INTRODUCTION

Saat ini, bisnis toko pakan ternak menjadi peluang usaha menjanjikan karena populasi hewan ternak terus berkembang dan permintaan akan makanan terus meningkat. Agar kebutuhan pakan ternak terpenuhi, tidak hanya penting untuk mencapai kualitas yang baik, tetapi juga untuk menghasilkan pakan yang ekonomis, murah, dan terjangkau bagi peternak. Sehingga, persaingan di pasar Indonesia mengalami perubahan. Perusahaan harus segera beradaptasi atau berkembang dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, di tengah pertumbuhan permintaan pasar yang tinggi, agar dapat bertahan hidup.

Dalam dunia persaingan saat ini, kelengkapan produk menjadi salah satu faktor utama yang dihadapi oleh para toko. Banyak toko berlomba-lomba untuk meningkatkan keragaman produk yang mereka tawarkan, dengan tujuan untuk mencegah konsumen membeli di toko lain.

Pengertian kelengkapan produk menurut Utami (2012:162) (dalam Zainullah *et al.*, 2022) adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk setiap perusahaan. Menyediakan kelengkapan produk yang baik tidak hanya menarik minat konsumen tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini merupakan suatu kebutuhan bagi

perusahaan untuk dapat menyediakan kelengkapan produk agar konsumen berniat membelinya dan terjadilah keputusan pembelian.

Tata Letak atau yang bisa disebut *Store Layout* merupakan penataan dan penempatan berbagai perlengkapan yang diperlukan toko (jenis produk, tata letak produk, dan kelompok produk) agar terlihat rapi dan menarik sehingga pengunjung tidak kebingungan selama berada di dalam toko. (Berman, 2017:51) menjelaskan, *Store layout* direncanakan sesuai dengan program ruang yang biasanya disusun berdasarkan observasi mengenai kebutuhan ruang.

Selain faktor kelengkapan produk dan persepsi kelengkapan produk, tata letak dan, faktor lokasi juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Lokasi yang strategis turut berperan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Keberhasilan suatu usaha bergantung pada pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi, seperti akses yang mudah dijangkau, visibilitas lokasi perusahaan dari tepi jalan, dan keberadaan tempat parkir yang luas dan aman. (dalam Syafrudin *et al.*, 2018).

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen mengambil keputusan mengenai suatu pembelian, menggabungkan pengetahuannya untuk memilih dua atau lebih produk alternatif yang tersedia, dipengaruhi oleh sejumlah faktor antara lain kelengkapan, tata letak, lokasi, dan lain-lain.

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa diawali dari persepsi terpenuhinya suatu kebutuhan atau keinginan dan persepsi adanya permasalahan lebih lanjut, setelah itu konsumen akan melakukan beberapa langkah yang pada akhirnya akan menuju pada tahap evaluasi pasca pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah produk, harga, promosi, dan tempat.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kelengkapan Produk, Tata, Letak Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakan Ternak Heri".

## RESEARCH METHODS

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif, hal ini dikarenakan penelitian ini membutuhkan hasil statistik berupa hasil uji spss. Lokasi dari penelitian ini adalah Toko Pakan Ternak Heri yang berada di Jl. Mujair, Dusun Dadapan, Desa Tawang, Kec. Wates, Kab. Kediri. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Pakan Ternak Heri sebanyak 385 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan pustaka atau literatur. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

## RESULT AND DISCUSSIONS

### Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Uji Validitas				
Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Standar Validitas	Keterangan
X <sub>1</sub>	X1.1	0,000	< 0,05	Valid
	X1.2	0,000	< 0,05	Valid
	X1.3	0,000	< 0,05	Valid
	X1.4	0,000	< 0,05	Valid
X <sub>2</sub>	X2.1	0,000	< 0,05	Valid
	X2.2	0,000	< 0,05	Valid
	X2.3	0,000	< 0,05	Valid
	X2.4	0,000	< 0,05	Valid
	X3.1	0,000	< 0,05	Valid
	X3.2	0,000	< 0,05	Valid
	X3.3	0,000	< 0,05	Valid
	X3.4	0,004	< 0,05	Valid
	X3.5	0,000	< 0,05	Valid
	X3.6	0,000	< 0,05	Valid
Y	Y1.1	0,000	< 0,05	Valid
	Y1.2	0,000	< 0,05	Valid
	Y1.3	0,000	< 0,05	Valid
	Y1.4	0,000	< 0,05	Valid

Sumber : Data Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas instrumen penelitian dari kelengkapan produk, tata letak, lokasi, dan keputusan pembelian dengan masing-masing pernyataan mendapatkan nilai signifikansi < 0,05, sehingga setiap item pertanyaan dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

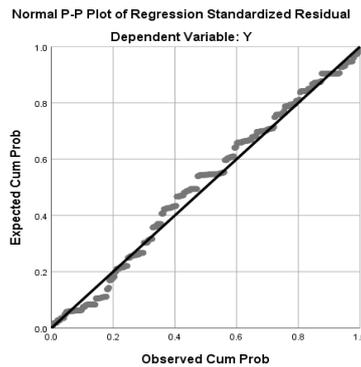
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standart Reliabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kelengkapan Produk (X <sub>1</sub> )	0,60	0,731	Reliabel
Tata Letak (X <sub>2</sub> )	0,60	0,799	Reliabel
Lokasi (X <sub>3</sub> )	0,60	0,601	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,726	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach's* variabel kelengkapan produk, tata letak, lokasi, dan keputusan pembelian lebih dari 0,60 sehingga indikator atau kuisisioner ketiga variabel tersebut reliabel atau layak sebagai alat ukur variabel.

## Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 diatas maka diketahui jika plot menyebar mengikuti garis diaonal yang membagi bidang, hal ini menunjukkan jika data dalam penelitian terdistribusi normal.

## Uji Multikolinieritas

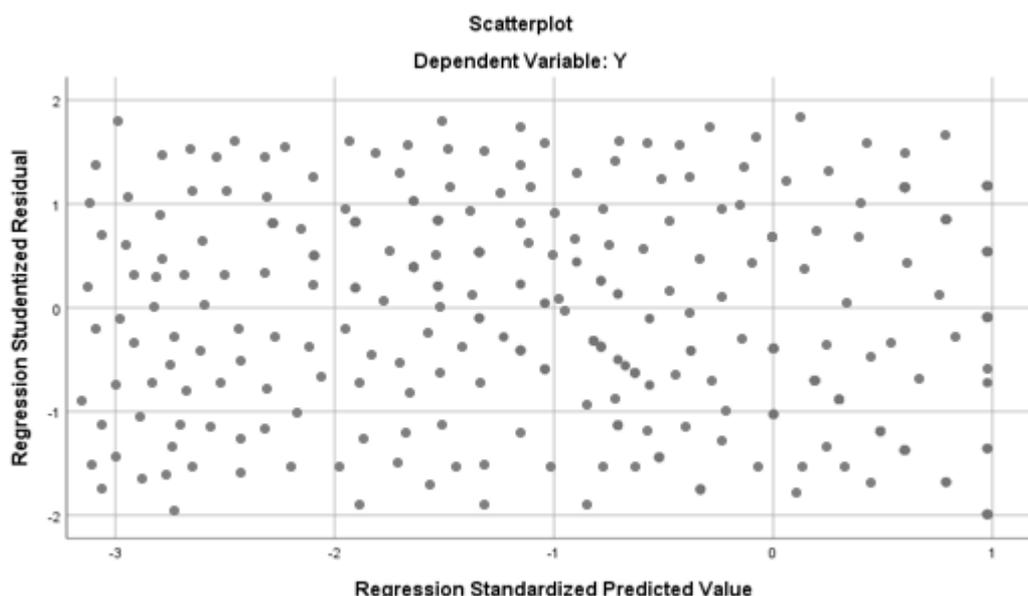
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kelengkapan Produk ( $X_1$ )	0,182	5,483	Tidak terjadi multikolinieritas
Tata Letak ( $X_2$ )	0,174	5,740	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi ( $X_3$ )	0,188	5,329	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2024.

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 3 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel kelengkapan produk ( $X_1$ ) adalah 0,182 dan VIF adalah 5,483, nilai tolerance variabel tata letak ( $X_2$ ) adalah 0,174 dan VIF 5,740, nilai tolerance variabel lokasi ( $X_3$ ) adalah 0,188 dan VIF 5,329. Karena nilai VIF untuk semua variabel tersebut  $< 10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala multikolinieritas.

## Uji Heterokedastisitas



**Gambar 2. Uji Scatter Plot Heterokedastisitas**

Berdasarkan gambar 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa data menyebar secara merata diatas dan dibawah garis nol, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Analisis regresi dikembangkan untuk mengestimasi pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

**Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda**

Regresi Linier Berganda	
Variabel	B
(constant)	2,214
X <sub>1</sub> Kelengkapan Produk	0,457
X <sub>2</sub> Tata Letak	0,175
X <sub>3</sub> Lokasi	0,141

Sumber : Data Diolah, 2024.

Berdasarkan hasil perhitungan yang tersaji dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y=2,214+0,457 X_1+0,175 X_2+0,141 X_3$$

Dapat dijelaskan mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,214 diartikan bahwa apabila kelengkapan produk ( $X_1$ ) tata letak ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) nilainya tetap, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar 2,214.
- 2) Koefisien regresi kelengkapan produk ( $X_1$ ) sebesar 0,457 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika kelengkapan produk naik 1 satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian juga naik sebesar 0,457.
- 3) Koefisien regresi tata letak ( $X_2$ ) sebesar 0,175 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika tata letak naik 1 satuan, maka nilai keputusan pembelian juga naik sebesar 0,175.
- 4) Koefisien regresi lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,141 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika lokasi naik 1 satuan, maka nilai keputusan pembelian juga naik sebesar 0,141.

## Uji T

Tabel 5. Hasil Uji T

Pengaruh antar Variabel	Signifikan
Diduga kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	0,000
Diduga tata letak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	0,000
Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	0,006

Sumber : Data Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 5 diatas maka dapat dijelaskan secara rinci mengenai pengaruh parsial antar variabel :

- 1) Berdasarkan hasil pada tabel 5 diatas, maka diketahui nilai Sig.-t untuk kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $6,499 > 1,966$ . Sehingga dapat disimpulkan jika kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri.
- 2) Berdasarkan hasil pada tabel 5 diatas, maka diketahui nilai Sig.-t untuk variabel tata letak terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $3,802 > 1,966$ . Sehingga dapat disimpulkan jika tata letak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri.
- 3) Berdasarkan hasil pada tabel 5 diatas, maka diketahui nilai Sig.-t untuk variabel lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,006 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,739 > 1,966$ . Sehingga dapat disimpulkan jika lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri.

## Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

Pengaruh antar variabel	Signifikan
Diduga kelengkapan produk, tata letak, lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian	0,000

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel 6 diatas, maka diketahui jika nilai Signifikansi untuk variabel kelengkapan produk ( $X_1$ ), tata letak ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) secara simultan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $289,073 > 2,628$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk ( $X_1$ ), tata leak ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Toko Pakan Ternak Heri.

### Koefisien Determinasi $R^2$

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$

R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0,834	0,695	0,692

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023.

Berdasarkan hasil ada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasiterlihat pada *R Square* sebesar 0,695. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk, tata letak, dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 69,5% dan sisanya sebesar 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya harga, *brand image*, kualitas pelayanan, dan masih banyak lagi. Hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dikatakan kuat apabila nilai *R Square*  $> 0,50$  tau  $> 50\%$ . Sehingga variabel kelengkapan produk, tata letak, dan lokasi mampu mempengaruhi keputusan pembelian lebih dari tolak ukur yang telah ditentukan.

### CONCLUSION

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Variabel kelengkapan produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial atau sendiri - sendiri terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,457 dengan  $t_{hitung} = 6,499 > t_{tabel}$  1,966 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak.
2. Variabel tata letak ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial atau sendiri – sendiri terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,175 dengan  $t_{hitung} = 3,802 > t_{tabel}$  1,966 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_2$  diterima  $H_0$  ditolak.
3. Variabel lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial atau sendiri – sendiri terhadap keputusan pembelian pada Toko Pakan Ternak Heri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,141 dengan  $t_{hitung} = 2,739 > t_{tabel}$  1,966 dan signifikansi

$0,006 < 0,05$ , maka H3 diterima H0 ditolak.

4. Variabel kelengkapan produk (X1), tata letak (X2), dan lokasi (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap keputusan pembelian Toko Pakan Ternak Heri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Fhitung sebesar 289,073 signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka H4 diterima dan H0 ditolak.

## REFERENCES

- Aina. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hafiz Resto Di Siak Sri Indrapura. In *Jurnal Ekonomi Manajemen* (Vol. 5, Issue 1).
- Ambarwati, Rachma, & Rahman. (2015). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Royal ATK ( Studi Kasus Mahasiswa FEB Angkatan 2016 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 3, 1–31.
- Farida, S. A. F. E., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian Pada Super Indo Tlogomas (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *12(02)*, 221–232.
- I Gusti Made Oka Astana, & Ni Putu Wendy Katrina. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Lokasi Pelayanan Dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jaya Raya Cabang Pamaron Singaraja. *Artha Satya Dharma*, 14(1), 89–95. <https://doi.org/10.55822/asd.v14i1.73>
- Krisna Pramudia Putra Wibowo, Ustadus Sholihin, & Beny Mahyudi Saputra. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Percetakan Maskumambang Kediri. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), 184–199. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v1i4.126>
- Niken Eka, A. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Sambi. Universitas Islam Kadiri.
- Nofrizal, N. (2021). Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 219–226. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.219-226>
- Purwanto, P. (2019). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 12–17. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i2.189>
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (n.d.). *Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302-7061. 12(02)*, 1241–1248.
- Rusdiana, D. H. A. (2014). *Manajemen Operasi*. [http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku Manajemen Operasi.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku_Manajemen_Operasi.pdf). Hlm. 252
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). In *Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Vol. 2).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta*,

CV (Issue April).

- Syabillah, N. (2021). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus CV.Toko Happy Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)*. Universitas Medan Area.
- Tana, N., Jurnal, S., Mahasiswa, I., Islam, U., Prodi, K., Fakultas, M., Kadiri, U. I., Prodi, D., Fakultas, M., Jl, A., & Suharmaji, S. (2023). *Pengaruh Kelengkapan Produk , Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pertanian UD Eka Tani Ngronggot Kabupaten Nganjuk Bela Arumawati dan selain kelengkapan produk ada juga harga dan lokasi yang mengakibatkan*. 1(5), 18–28.
- Tania, A. E., Sari, M. I., & Tyas, W. M. (2022). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES Ajong Rejo*. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 345–354. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.87>
- Verra Putri Angala, Diana Ambarwati, & Udik Jatmiko. (2022). *Pengaruh Tata Letak, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Berkah Mandiri Mojo Kediri)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 84–90. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.411>
- Yuni. (2020). *Pengaruh Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Trend Mode Berkah Murah Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Zainullah, A. W., Satoto, E. B., & Winahyu, P. (2022). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember)*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(11), 2243. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i11.2423>