

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. SULO RANTEPAO TORAJA UTARA**

Antasya Eka Putri, Abedneigo C. Rambulangi, Lisa. K. Wibisono

Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: antasyaekaputri85@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of product completeness (X1) and service quality (X2) on purchasing decisions at PT. Sulo Rantepao, North Toraja. The research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis. Data were collected through the distribution of questionnaires to 97 respondents. The results show that, partially, the product completeness variable (X1) does not have a significant effect on purchasing decisions, as indicated by a significance value of $0.099 > 0.05$ and a t-value of $1.667 < \text{the t-table value of } 1.985$. Meanwhile, the service quality variable (X2) is proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.00 < 0.05$ and a t-value of $8.540 > \text{the t-table value of } 1.985$. Simultaneously, product completeness (X1) and service quality (X2) have a significant effect on purchasing decisions (Y), as evidenced by a significance value of $0.00 < 0.05$ and an F-value of $77.331 > \text{the F-table value of } 3.09$. The R-squared value of 0.614 indicates that the two independent variables are able to explain 61.4% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 38.6% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Product Assortment Completeness, Service Quality, Purchasing Decision, Multiple Linear Regression*

1. PENDAHULUAN

Pada sektor ritel buku dan alat tulis, persaingan semakin meningkat karena kehadiran berbagai toko buku modern, minimarket yang juga menjual ATK, hingga platform e-commerce. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu menyediakan produk yang lengkap, berkualitas, serta didukung oleh pelayanan yang cepat dan memuaskan. Dalam konteks tersebut, keputusan pembelian konsumen menjadi salah satu indikator utama keberhasilan bisnis. Ketika keputusan pembelian menurun, maka tingkat penjualan perusahaan juga akan turut menurun. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sangat penting agar perusahaan mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelengkapan produk. Dalam industri buku dan ATK, konsumen cenderung memilih toko yang menyediakan pilihan produk yang lengkap, seperti buku pelajaran, buku umum, alat tulis kantor, perlengkapan sekolah, dan berbagai kebutuhan administrasi lainnya. Apabila suatu toko tidak menyediakan variasi produk yang memadai atau stok yang tidak konsisten, konsumen biasanya akan beralih ke toko lain yang mampu memenuhi kebutuhan mereka secara lebih lengkap dan cepat.

Selain kelengkapan produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang sangat menentukan. Pelayanan yang ramah, informative, cepat, dan mampu memberikan rekomendasi yang tepat akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Dalam sektor ritel

buku dan ATK, pelayanan yang baik tidak hanya sebatas proses transaksi, tetapi juga mencakup kemampuan karyawan dalam membantu konsumen mencari produk tertentu, memberikan saran atas pilihan barang hingga menyelesaikan keluhan dengan baik. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menjadi alasan konsumen meninggalkan toko dan tidak melakukan pembelian ulang.

Faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Konsumen sering membandingkan harga antar toko sebelum membeli buku atau perlengkapan sekolah/kantor. Harga yang dianggap terlalu tinggi tidak kompetitif atau tidak sesuai dengan kualitas produk dapat menurunkan minat pembelian. Namun, harga yang dijalankan dengan wajar, terjangkau, dan sesuai dengan manfaat barang akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

PT. Sulo Rantepao Toraja Utara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan buku, alat tulis kantor (ATK), dan perlengkapan pendidikan. Dengan lokasi yang strategis dan produk yang cukup beragam, perusahaan ini memiliki peluang besar untuk menjangkau berbagai kelompok konsumen, seperti pelajar, mahasiswa, pegawai kantor, dan masyarakat umum. Namun demikian, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa perusahaan masih menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas penjualan. Beberapa konsumen mengeluhkan ketersediaan produk tertentu yang tidak konsisten, variasi buku yang kurang lengkap, pelayanan yang belum merata, serta harga yang dianggap belum sepenuhnya kompetitif. Fenomena ini berpotensi menyebabkan konsumen beralih ke toko buku lain atau platform online yang dirasa mampu memberikan pilihan produk yang lengkap dengan harga yang bersaing.

Selain itu, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil mengenai pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Ada yang menyatakan berpengaruh signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil sebaliknya. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tersebut bergantung pada kondisi toko, karakteristik konsumen, serta lingkungan persaingan di wilayah masing-masing. Berdasarkan pada pemaparan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sulo Rantepao Toraja Utara”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Sulo Rantepao Toraja Utara.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek penelitian.
- b) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini digunakan untuk mendukung analisis dan membangun kerangka teoretis penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil penelitian

3.1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang berkunjung di PT. Sulo Rantepao Toraja Utara. Karakteristik reponden berdasarkan jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase%
Laki-	33	34,0%
Perempuan	64	66,0%
Total	97	100%

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dapat diketahui bahwa presentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin untuk laki-laki sebesar 35% sedangkan untuk Perempuan sebesar 65%. Maka dari data tersebut disimpulkan bahwa rata-rata pengunjung PT. Sulo Rantepao Toraja Utara berjenis kelamin perempuan.

3.1.2 Hasil Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel } 0,1947$) dan reliabel ($\text{Cronbach's Alpha} > 0,60$). Uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal ($\text{Sig. Kolmogorov-Smirnov} = 0,200 > 0,05$), tidak terjadi multikolinearitas ($\text{VIF} = 1,655 < 10$), dan tidak ada gejala heteroskedastisitas berdasarkan scatterplot residual.

3.1.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel di bawa ini:

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standard Coefficients	Sig.
		B	Std.	Beta	
1	(Constant)	16.490	2.908		0.000
	KELENAPAN PRODUKSI	0.095	0.057	0.136	0.099
	KUALITAS LAYANAN	0.482	0.056	0.696	0.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 16,490 + 0,095X_1 + 0,482X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut:

- Kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Sig. 0,099 > 0,05).
- Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sig. 0,000 < 0,05).

3.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Squared	Adjusted R	Std. Error of the
1	.789 ^a	0.622	0.614	2.431

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,614 menunjukkan bahwa 61,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

3.1.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu Uji t (parsial) dan uji F (simultan):

Uji t (Parsial):

Coefficient

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std.	Beta		
1	(Constant)	16.4	2.9		5.671	0.0
	KELENGKAPAN PRODUK	0.0	0.0	0.1	1.6	0.0
	KUALITAS LAYANAN	95	57	36	67	99
	KUALITAS LAYANAN	0.4	0.0	0.6	8.5	0.0

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

- H_1 : Kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan (t-hitung 1,667 < t-tabel 1,985).
 H_1 ditolak.
- H_2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan (t-hitung 8,540 > t-tabel 1,985).
 H_2 Diterima

Uji F (Simultan):

ANOVA						
Model		Sum Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	914.100	2	457.000	77.321	.000 ^b
	Residual	555.600	94	5.911		
	Total	1469.800	96			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN,						

- H_3 : Kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan ($F\text{-hitung } 77,331 > F\text{-tabel } 3,09$). H_3 diterima.

3.2 Pembahasan**3.2.1 Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($p > 0,05$). Temuan ini sejalan dengan penelitian Melisa & Fietroh (2021) yang menyatakan bahwa dalam konteks ritel tertentu, variasi produk bukan faktor penentu utama konsumen melakukan pembelian. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh karakteristik responden yang sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa yang lebih sensitif terhadap faktor harga dan kualitas pelayanan dibandingkan variasi produk.

3.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p < 0,05$). Hasil ini mendukung teori yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian (Wulandari & Hidayat, 2021). Responden merasa bahwa aspek *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang diberikan oleh karyawan PT. Sulo sangat memengaruhi pengalaman berbelanja mereka.

3.2.3 Pengaruh Simultan Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan

Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 61,4% variasi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kelengkapan produk tidak signifikan secara parsial, kombinasi antara ketersediaan produk dan kualitas pelayanan tetap memiliki kontribusi penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Implikasinya, perusahaan perlu mempertahankan kualitas pelayanan sebagai prioritas utama, tanpa mengabaikan penyediaan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar.

4. KESIMPULAN

- Secara parsial, variabel kelengkapan produk (X_1) memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig sebesar $0,099 > 0,05$ serta nilai thitung sebesar $1,667 > t\text{tabel sebesar } 1,661$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk faktor dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- Secara parsial, variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar $8,540 > 1,661$ nilai t-tabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor

penting untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada PT. Sulo Rantepao Toraja Utara.

- c. Secara simultan, kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan oleh nilai sig adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil Fhitung $77,331 > Ftabel 3,09$. Artinya, kombinasi antara variasi produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada orang tua, keluarga, dosen pembimbing, rekan mahasiswa, kelompok usaha yang menjadi objek penelitian dan semua pihak yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga karya ini bermanfaat bagi banyak pihak dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiti, A. N., & Saodin, S. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kembar Store Sidomulyo di Lampung Selatan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1822–1827. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i6.2320>
- Emor, J. I., Willem, T. A. F. ., & Mirah, R. H. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm.Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5407–5415. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26309>
- Gulo, M., Zai, K. S., & Kristiani Lase, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1290–1298. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43972>
- Hidayat, T., Rusdian, S., & Febryan, R. (2024). Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Garut dalam Era Modernisasi Ritel. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 377–38. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v15i2.4491>
- Masibbuk, I., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2019). The Effect Of Product Completeness, Service Quality And Layout On Purchasing Decision (Case Studies On The Golden Supermarket In Manado). *Jurnal EMBA*, 7(1), 411–420. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/22382/22064>
- Maswatu, A., Oktaviani, V., Hikmatullah, A., & Ruknan. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Makan Nasi Kulit Berkah Jaya Di Ciledug Tangerang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(1), 519–525. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i4.25281>
- Meliana, M., Sulistiono, S., & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 247–254. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i3.273>

- Melisa, M., & Fietroh, M. N. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 10–17. <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i2>
- Nurhani, N. (2024). Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Oleh-Oleh Kota Makassar. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(1), 175–181. [https://doi.org/10.21927/ijma.2024.5\(1\).175-181](https://doi.org/10.21927/ijma.2024.5(1).175-181)
- Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., & Putri, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopima Aja. *Solusi*, 21(1), 40–56. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6283>
- Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 3(3), 211–219.
- Pratiwi, N., Nurdin, N., Rizal, Y., & Rusman, T. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Edukasi Ekobis (JEE)*, 1(01), 1–9. <https://doi.org/10.23960/17275>
- Puspita, A. J., & Damayanti, D. (2025). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Pembelian di Toko Mutiara Kosmetik. *ECo-Fin*, 7(2), 637–650. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2209>
- Riyadi, M. E. Y., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 356–367. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23357>
- Saputra, F., Lake, Y., & Taena, E. T. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Telekomunikasi Pt. Telkom Indonesia. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 13(2), 421–426. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v13i2.25998>
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 70(8), 827–838. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Sholihah, M., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Berbasis Sikap Konsumen. *Bisman*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i2.793>
- Syaiful, I. A., Rizal, K., & Sari, A. V. K. (2021). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(2), 167–186. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v2i2.2296>
- Utami, N. P. E. W., & Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha Wahyu Artha Sedana Di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 126–143.

Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.

Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.