



Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ecky

Gideon Todianto Palobo
Universitas Kristen Indonesia Toraja
gideonpalobo50@gmail.com

Dina Ramba
Universitas Kristen Indonesia Toraja

Rati Pundissing
Universitas Kristen Indonesia Toraja

Korespondensi penulis: gideonpalobo50@gmail.com

Abstract.

This research is to find out how to analyze the factors that encourage consumers to make purchases at Ecky Stores, North Toraja Regency. This type of research uses quantitative descriptive research where researchers encourage consumers to make purchases at Ecky Stores, Toraja Regency. The results of this study indicate that for the cultural factor variable, the t_{count} is $0.613 < t_{table} 1.721$ and the significant level is $0.546 > 0.05$, thus $H1$ is rejected. The results of the analysis for the completeness factor of the product are proven by the statistical results of the t-test for the dimensions of product completeness of $0.003 < 0.05$ and the t_{count} value of $1.342 > t_{table} 1.721$ and the regression coefficient has a positive value of 0.325 , so research proves that $H2$ product completeness factor ($X2$) is accepted and the results of the analysis for the price factor variable obtained a number of $0.389 > 0.05$ and a t_{count} value of $0.880 < t_{table} 1.721$ thus the $H3$ price factor ($X3$) is rejected.

Key words: *influence of location, product completeness and price, purchasing decisions*

Abstrak.

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis faktor – faktor yang mendorong konsumen melakukan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dimana peneliti mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk variabel faktor budaya diperoleh angka $t_{hitung} 0,613 < t_{tabel} 1,721$ dan taraf signifikan $0,546 > 0,05$ dengan demikian maka $H1$ ditolak. Hasil analisis untuk faktor kelengkapan produk dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk dimensi kelengkapan produk sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,342 < t_{tabel} 1,721$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,325$, sehingga penelitian membuktikan bahwa $H2$ faktor kelengkapan produk ($X2$) diterima dan hasil analisis untuk variabel faktor harga diperoleh angka sebesar $0,389 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,880 < t_{tabel} 1,721$ dengan demikian maka $H3$ faktor harga ($X3$) ditolak.

Kata kunci: pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga , keputusan pembelian

LATAR BELAKANG

Persaingan diantara pengusaha untuk memperebutkan pangsa pasar yang tersedia semakin sulit. Semakin luasnya persaingan mengharuskan pengusaha lebih jeli dalam mengantisipasi keadaan pasar. Dalam menghadapi situasi yang demikian, pengusaha dituntut untuk melakukan segmentasi pasar, pengusaha dituntut untuk melakukan segmentasi pasar

sebagai upaya dalam mengkonsentrasikan penjualan produknya. Dalam melakukan segmentasi pasar, pengusaha dituntut bukan hanya melakukan perbedaan dalam golongan umur, pendidikan, jenis kelamin, tingkat pendapatan dan kelas sosial. Tetapi perlu diikutsertakan perbedaan dalam sikap, perilaku, dan tingkat keterbukaan untuk menerima produk (Utami Budi, 2015).

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dapat menjadi dasar bagi produsen untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Hal tersebut dapat memberikan dampak positif bagi produsen dan juga penyalur produk termasuk agen, toko, distributor, karena dapat memberikan keuntungan. Pendistribusian produk yang tepat sasaran memberi dampak yang baik bagi konsumen sehingga produk tersebut dapat diminati oleh konsumen. (Rahayu Deno, 2018)

Sama halnya dengan toko Ecky yang terletak di kabupaten toraja utara yang menjual berbagai macam jenis aksesoris khas Toraja, mulai dari gantungan kunci, kalung, gelang, baju toraja, sepu, syall sampai kain tenun toraja pun ada, kebanyakan konsumen mengatakan lebih suka berbelanja di toko ecky ini dibanding dengan toko yang menjual oleh-oleh khas Toraja lainnya karna harga yang jauh lebih murah dengan kualitas yang jauh lebih baik yang ditawarkan di Toko Ecky ini serta kelengkapan produk juga bisa tergolong lengkap dimana bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang di cari para konsumen. Namun seiring berkembangnya zaman, dimana saat ini kebanyakan orang lebih suka yang praktis dan lebih mudah dijumpai mengakibatkan rata-rata konsumen memilih berbelanja di toko yang lebih dekat dari pusat kota ataupun lebih dekat dari destinasi objek wisata, selain akses jalan ataupun kendaraan umum jauh lebih mudah, juga dapat menghemat waktu.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Ditoko Ecky.

KAJIAN TEORITIS

1. Lokasi Pembelian

a. Pengertian Lokasi

Menurut Swastha (2010) mengemukakan bahwa “lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen”. Sedangkan menurut Nelson (dalam Rahman, 2013) menyatakan “ada prinsip- prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi suatu bisnis, yaitu daerah perdagangan yang cukup potensial, tempat mudah dijangkau, mempunyai potensi

pertumbuhan, terletak dalam arus bisnis, ada daya tarik yang kuat, dalam lalu lintas lancar persaingan kecil

b. Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono dan Chandra (2013), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terutama faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi Umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan:
 - a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulance.
- 1) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
- 2) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 3) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 4) Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
- 5) Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

2. Kelengkapan Produk

a. Pengertian Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan suatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan, Menurut (Kotler dan Armstrong, 2015) dalam penjelasannya menyatakan bahwa “kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang di hasilkan oleh produsen”

b. Kelengkapan Produk dan Strategi Pembedaan Produk Bagi Pengecer

Kelengkapan produk ritel harus dilakukan dengan sangat hati-hati. Ide dan pemikiran tidak hanya difokuskan pada jenis barang namun juga fasilitas pendukung maupun pelayanan yang menyertainya. Utami (2018) Jenis produk pengecer pun harus cocok dengan harapan konsumen, disamping itu pilihan produk menjadi unsur penting dalam ajang persaingan diantara pengecer. Oleh karena itu, pengecer harus menyusun strategi produk yang berbeda- beda. Wortzel (dalam Kotler, 2008) menyarankan beberapa strategi pembedaan produk bagi para pengecer sebagai berikut :

1. Mengikutsertakan sejumlah merk nasional eksklusif yang tidak dimiliki oleh pengecer pasing.
 2. Sebagian merek yang dijual bermerek sendiri.
 3. Menyelenggarakan peragaan-peragaan produk khas yang sangat terkenal.
 4. Mengikutsertakan produk sampingan atau secara terus menerus mengganti sebagian barang-barang yang dijual.
 5. Menjadi yang pertama dalam mengikutsertakan produk terbaru.
 6. Menawarkan produk yang spesifikasinya disesuaikan dengan keinginan pembeli.
 7. Menawarkan bauran dengan sasaran yang sempit.
- c. Indikator Kelengkapan Produk

Indikator Kelengkapan Produk dimana variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Indikator dari kelengkapan produk, yaitu:

1. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan.
2. Kelengkapan produk merk yang ditawarkan.
3. Kelengkapan produk variasi ukuran yang ditawarkan
4. Kelengkapan produk variasi kualitas produk yang ditawarkan.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Kotler (2009) “Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya”

b. Metode Penetapan Harga

Menurut Tjiptono (2008) metode penetapan secara garis besar dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

1. Metode penetapan berbasis permintaan Metode ini lebih menekankan faktor- faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu:
 - Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli)
 - Kemauan pelanggan untuk membeli
 - Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut
 - Apakah produk tersebut merupakan symbol status atau hanya produk
 - Manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan. f. Harga-harga produk substitusi
 2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.
 3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.
 4. Metode Penetapan Harga Berbasis persaingan Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam : *customary pricing, above, at, or below market pricing, loss leader pricing, sealed bid pricing.*
4. Keputusan Pembelian
- a. pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Schiffman, Kanuk (2010), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.

b. Tahap Proses keputusan Pembelian

- 1) Pengenalan masalah (*problem recognition*) Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Pencarian informasi (*information search*) Setelah konsumen merasakan adanya kebutuhan suatu barang atau jasa, selanjutnya konsumen mencari informasi baik yang disimpan dalam ingatan (internal) maupun informasi yang didapat dari lingkungan (eksternal).
- 3) Evaluasi alternatif (*validation of alternativ*) Setelah informasi di peroleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.
- 4) Keputusan Pembelian (*purchase decision*) Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternatif biasanya membeli produk yang paling disukai, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli.
- 5) Perilaku pasca pembelian (*post purchase behavior*) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya

c. Indikator Keputusan Pembelian

Indikator dari keputusan pembelian (dalam Soewito : 2013) :

- a. Kebutuhan yang dirasakan
- b. Kegiatan sebelum membeli
- c. Perilaku waktu memakai
- d. Perilaku pasca pembelian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang dapat diukur atau dihitung secara langsung berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Lokasi penelitian yang menjadi sarana dalam penelitian ini yaitu beralamatkan di jalan poros Rantepao – Makale, Rinding Batu, Kecamatan Kesu, Kabupaten Toraja Utara.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer yang bersumber dari hasil wawancara secara langsung kepada konsumen. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data diperoleh langsung dari responden penelitian melalui kuesioner di lapangan dan data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian

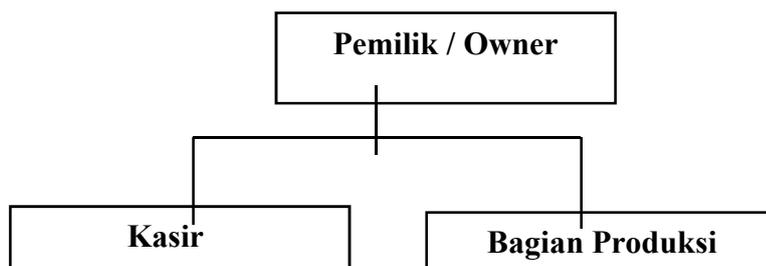
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di toko Ecky. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus rumus slovin

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Singkat Usaha Ecky

Usaha Ecky merupakan usaha yang bergerak dibidang industry manufaktur yang berada pada jalan poros Makale Rantepao (Rura) ±100m dari patung Kerbau Toraja Utara. Pada tahun 1997 dengan modal yang dimiliki sebesar Rp 700.000 ibu Yunita mengambil langkah untuk membuka sebuah usaha dengan dibantu suaminya bernama Marten. Usaha tersebut kemudian diberikan nama yaitu usaha Ecky dengan di ambil dari nama anaknya. Pada saat mereka merintis usaha tersebut awalnya hanya memproduksi kalung manik-manik kata. Namun seiring berjalannya waktu usaha mereka mulai meningkat produksinya dikarenakan ibu Yunita adalah seorang wanita yang ulet sehingga ia terus menambah wawasan dan kelincihannya dalam mengolah bahan baku menjadi barang jadi sehingga Usahanya tersebut mampu memproduksi kerajinan seperti : Manik-Kata, Rara', Oran-Oran, Sepuk, Sa'pi, Lambing, Hiasan Peti, Balun, dan Accessories Toraja

Adapun struktur organisasi pada Toko Ecky Rantepao adalah sebagai berikut :



Skema 1 Struktur Organisasi Usaha Ecky

2. Karakteristik Responden

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa dari 25 responden, sebanyak 14 orang responden atau (63%) berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 11 orang

responden atau (37%) berjenis kelamin perempuan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin laki-laki.

Berdasarkan tingkat umur dapat diketahui bahwa dari 25 responden, sebanyak 4 orang responden atau (16%) yang berusia 10-20 tahun, 7 orang responden atau (28%) yang berusia 21-30 tahun, 9 orang responden atau (36%) yang berusia 31-40, 3 orang responden atau (12%) yang berusia 41-50 tahun dan 2 orang responden atau (12%) yang berusia 51 tahun keatas. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang paling banyak yakni antara umur 31-40 tahun dengan jumlah responden 9 orang atau 36%.

Berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa dari 25 responden yang datang berkunjung di toko ecky 5 orang responden atau (20%) seorang ibu rumah tangga, 2 orang responden atau (8%) seorang wiraswasta, 2 orang responden atau (8%) seorang PNS, 1 orang responden atau (4%) seorang buruh/tani dan pekerja lainnya yakni pekerjaan responden selain yang tercantum didalam tabel adalah sebanyak 15 orang atau (60%). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang paling banyak yaitu pekerja lainnya yakni pekerjaan responden selain yang tercantum di dalam tabel yaitu sebanyak 15 orang atau (60%).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, maka persamaan regresi yang didapatkan sebagai berikut:

$$\text{Keputusan pembelian (Y)} = 7.543 + 0.122 (X_1) + 0.325 (X_2) + 0.186(X_3)$$

Persamaan regresi linear tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta

Konstanta bernilai positif sebesar 7.543 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel lokasi, kelengkapan produk, dan harga dianggap konstanta (0) maka keputusan pembelian ialah sebesar 7.543

2. Nilai regresi variabel lokasi

Nilai koefisien faktor lokasi bertanda positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.122. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan menyebabkan kenaikan nilai keputusan pembelian sebesar 0.122

3. Nilai regresi variabel kelengkapan produk

Nilai koefisien kelengkapan produk bertanda positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.325. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan menyebabkan kenaikan nilai keputusan pembelian sebesar 0.325

4. Nilai regresi variabel harga

Nilai koefisien variabel harga bertanda positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.186. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan menyebabkan kenaikan nilai keputusan pembelian sebesar 0.186.

4. Pengujian secara Parsial (uji t)

1. Variabel Lokasi dalam keputusan pembelian

Karakteristik lokasi tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada toko ecky karna $t_{hitung} (0.613) < t_{tabel} (1.721)$ dan signifikansi $0.546 > 0.05$. H1 ditolak artinya variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko ecky.

2. kelengkapan produk

Kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian di toko ecky dengan hasil $t_{hitung} (1.842) > t_{tabel} (1.721)$ dan nilai signifikansi $0.003 < 0.05$. oleh karna itu H2 diterima – kelengkapan produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Harga

Harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada toko ecky karna $t_{hitung} (0.880) < t_{tabel} (1.721)$ dan signifikansi $0.389 > 0.05$. H3 ditolak artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko ecky.

5. Uji Pararel (uji F)

Berdasarkan variabel lokasi, kelengkapan produk, dan harga menghasilkan nilai sign $0,464 >$ dari $0,05$ dan nilai $f_{hitung} (0.886) < f_{table} (3,07)$. Maka hipotesis sebelumnya adalah ditolak H4 (H0 diterima) atau hipotesis ditolak yang menyatakan bahwa dalam penelitian ini harga, kelengkapan produk dan lokasi tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Diketahui nilai Adjusted r Square sebesar 0,112 atau 11,2%, yang menunjukkan bahwa terdapat pengengaruh yang simultan anantara variable X1,X2 dan X3 terhadap varriabel Y sebesar 11,2% dan sisanya 88,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan perhitungan data dari hasil penelitian maka dapat dibahas dalam pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh nyata atau tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian di Toko

Ecky Kabupaten Toraja Utara pada taraf kepercayaan 61,4%. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel lokasi diperoleh $0,546 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,613 < t_{tabel} 1,721$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,122 maka variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.

2. Pengaruh Variabel Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh nyata atau signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara pada taraf kepercayaan 61,4%. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji r untuk variabel kelengkapan produk diperoleh nilai $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,842 > t_{tabel} 1,721$. Signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,325, maka variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.

3. Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa variabel harga tidak berpengaruh nyata atau tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara pada taraf kepercayaan 81,7%. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel harga diperoleh $0,389 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,880 < t_{tabel} 1,721$ dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,186, maka variabel pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.

2. Variabel kelengkapan produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.
3. Variabel harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky Toraja Utara.
4. Dari hasil penelitian serta pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen dalam membeli di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara, dipengaruhi oleh kelengkapan produk. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik responden yang dominan umur 31 hingga 40 tahun.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka peneliti memberi saran yaitu :

1. Pihak pengelola Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara perlu memfokuskan pelayanan khususnya variabel kelengkapan produk sehingga dapat meningkatkan pembelian di Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara karena dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk ialah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi mahasiswa yang ingin menjadi *entrepreneurship*, dapat mempelajari mengenai pengaruh yang mendorong konsumen melakukan pembelian, khususnya pada usaha pernak – pernik khas Toraja di Toraja Utara. Dari hasil penelitian ini, para mahasiswa dapat belajar bahwa sebagian besar konsumen dipengaruhi oleh kelengkapan produk. Sehingga, penulis berharap mahasiswa yang ingin berwirausaha, lebih memperhatikan kelengkapan produk terutama yang paling banyak warga lokal sukai, tanpa mengesampingkan variabel lainnya, karena variabel ini saling berkaitan satu sama lain.
3. Bagi pemilik dan pengelolah usaha Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara agar lebih memperhatikan kondisi lokasi, dan harga dari lingkungan masyarakat. Hal ini disebabkan karena hasil menunjukan kedua variabel tersebut belum bisa memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Toko Ecky Kabupaten Toraja Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni Kadek Devi Aprillia. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.1
- Agustini, T dan Budiyanto. 2015. Pengaruh struktur aktiva, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 4 No 8, Agustus 2015.

- Amalia, R. M., & Utami, D. Y. (2018). Pemberian Reward Berdasarkan Penilaian Kinerja Karyawan Dengan Metode Ahp Pada Pt. Anugerah Protecindo. JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer), 3(2), 181–188.
- Ansari Harahap, Dedy dan Amanah, Dita. 2015. “Pengantar Manajemen”. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers
- Basu, Swastha.2010.Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM
- Budi Utami, B. (2015). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Solving Dan Student Teams Achievement Divisions (STAD) Berkombinasi Drill And Practice Dengan Memperhatikan Kemampuan Matematika Terhadap Prestasi Belajar Siswa (Pokok Bahasan Konsep Mol Kelas X MIPA SMA Negeri 3 Surakarta Semester Genap Tahun Pelajaran 2014/2015). Jurnal Pendidikan Kimia (JPK), 4(4), 71-79.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Deno Rahayu Subing.(2018).”Hubungan Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Penggunaan Alat Pelindung Diri Dengan Kejadian Kecelakaan Kerja Pada Tenaga Kerja Bangunan Di Perumahan Hajimena Lampung Selatan”.Skripsi.Fakultas Kedokteran.Universitas Lampung.
- Djaslim Saladin, 2017, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Filanrizky Anggraita N, 2013. Analisa Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sepatu merek Gosh. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta
- James F. Engels. 2015 Consumer Behavior. South-Western Collage Pub.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, (2012), Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Jakarta: Salemba Empat.
- Marcadante, dkk., 2013. Nelson Ilmu Kesehatan Anak Esensial Edisi Keenam. Elsevier - Local. Jakarta.
- Mujiyana, Inge Elissa. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet pada Toko Online. J@ti Undip vol.VIII, no.3, pp:143-152.

- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Selli Septia Malani. (2016). *Asuhan Kebidanan Pada Ibu Nifas Dengan Perawatan Luka Perineum Di BPM bd. Siti Fatimah Kota Tasikmalaya. Stikes Muhammadiyah Ciamis*
- Soewito, Yudhi. 2013. *Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3 Juni 2013, Hal. 218-229.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.*
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA*
- Tjiptono & Chandra, G. (2013). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI*