

**PENGARUH LOKASI TOKO, KUALITAS
PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO
SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

WAYA SIRLII WAHASANAH

NIM : 1921100047

FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS WIDYA DARMA KLATEN

Juni 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI TOKO, KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO
SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN**

Diajukan Oleh :

WAYA SIRLII WAHASANAH

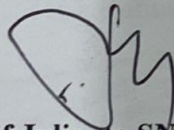
NIM : 1921100047

Telah Disetujui Pembimbing Untuk Dipertahankan di Hadapan Dewan Penguji
Skripsi Program Studi Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Tanggal...20 JUNI 2023.....

Telah disetujui oleh:

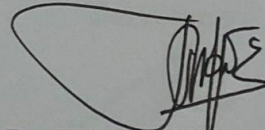
Pembimbing Pertama



Dr. H. Arif Julianto SN, SE, M, Si

NIK. 690 301 250

Pembimbing Kedua

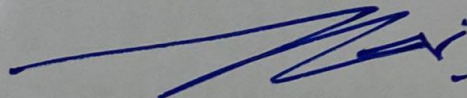


Dr. Hj. Anis Marjulah, SE, MM

NIK. 690 994 143

Mengetahui

Ketua jurusan Manajemen



H. Abdul Haris, SE, MM, M, Pd

NIK. 0690 098 194

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGARUH LOKASI TOKO, KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO
SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN**

Diajukan Oleh:

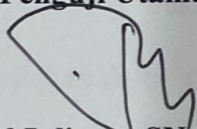
WAYA SIRLII WAHASANAH

1921100047

Telah Dipertahankan dan Disetujui Oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma dan
Diterima untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

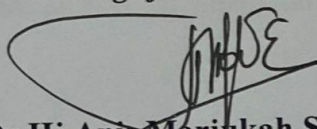
Tanggal 21 JUNI 2023

Penguji Utama



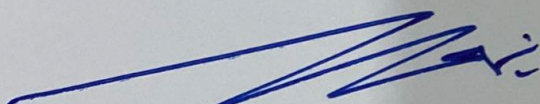
Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si
NIK 690 301 250

Penguji Pendamping



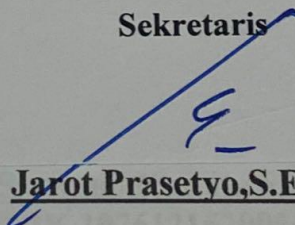
Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E., M.M
NIK 690 944 143

Ketua



H. Abdul Haris, SE., M.M.M.Pd
NIK 690 098 194

Sekretaris



Jarot Prasetyo, S.E., M.Si
NIK 690 301 251

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi & Psikologi



Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si
NIK 690 301 250

SURAT PERNYATAAN

Nama : Waya Sirlii Wahasanah
NIM : 1921100047
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Psikologi
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Sumber Rejeki Srago” adalah benar-benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh atas skripsi tersebut.

Klaten, Mei 2023

Yang menyatakan,



Waya Sirlii Wahasanah

MOTTO

**Jadilah Seperti Karang di Lautan yang Tetap Kokoh Diterjang Ombak,
Walaupun Demikian Air Laut Tetap Masuk Kedalam Pori-Porinya.**

**Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keikhlasan,
Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan.**

**Pendidikan Merupakan Senjata Paling Ampuh yang Bisa Kamu Gunakan
Untuk Merubah Dunia.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT, atas rahmat, karunia serta kemudahan yang Engkau berikan sehingga skripsi bisa terselesaikan. Puji syukur dan salam selalu terlimpahkan atas karunia dan rahmat-Nya.
2. Kedua orangtua tercinta, Bapak Wakhid Prasetya dan Ibu Tri Hartini yang telah mencurahkan kasih sayang, doa, pengorbanan, perhatian, nasihat, serta dukungan kepada saya selama perkuliahan berlangsung.
3. Bapak/Ibu dosen Universitas Widya Dharma yang telah memberikan ilmu yang cukup besar selama masa perkuliahan yang saya tempuh selama ini yang telah mengayomi serta mendidik dalam bidang mata perkuliahan maupun sopan santun selama berada di lingkungan perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Sumber Rejeki Srago " dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini pastilah penulis mengalami kesulitan dan kendala. Dengan segala upaya, skripsi ini dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangan dari berbagai pihak, teristimewa pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Arif Julianto Sri N, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi yang telah memberikan motivasi, semangat dan bimbingan serta arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan koreksi pada skripsi ini agar nantinya menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd. selaku rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Bapak Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
5. Bapak Dr. H. Arif Julianto Sri N, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah dan telah membantu peneliti dalam membuat surat-surat.

7. Owner dari Toko Sumber Rejeki Srago yang telah memberikan ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian skripsi ini.
8. Teman-teman Manajemen 2019 atas semua dukungan, motivasi, saran dan kritiknya.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis sadar sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Klaten, Mei 2023

Penulis

ABSTRAK

WAYA SIRLII WAHASANAH 1921100047, Fakultas Ekonomi & Psikologi Program Studi Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten, Skripsi “**PENGARUH LOKASI TOKO, KUALITAS PELAYANAN, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN**”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti dan mengetahui Pengaruh Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten. Sampel dalam penelitian ini adalah *customer* Toko Sumber Rejeki Srago Klaten yang berjumlah 65 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji f, dan koefisien determinan (R²) dengan menggunakan alat bantu program SPSS 24.

Lokasi toko sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen/*customer* dalam melakukan pembelian di Toko Sumber Rejeki. Hal ini karena jika konsumen mudah menjangkau lokasi yang mudah serta strategis serta parkir yang luas mereka merasa lebih mudah melakukan pembelian suatu barang serta merasa nyaman dalam berbelanja. Kemudian kualitas pelayanan yang ramah serta cermat dalam melayani konsumen memudahkan konsumen untuk dapat memilih barang yang sedang konsumen butuhkan atau sedang cari hal ini sangat berpengaruh dalam omset suatu usaha karena keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Keragaman produk yang tersedia membuat konsumen merasa puas serta dapat memenuhi hasrat untuk berbelanja karena memiliki berbagai macam model yang tersedia.

Kata kunci : Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	6
C. Pengesahan Judul	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Perumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II <u>T</u> INJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2. Lokasi.....	14
3. Kualitas Pelayanan.....	16
4. Keragaman Produk.....	21
5. Keputusan Pembelian.....	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Rerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis	29
BAB III <u>M</u> ETODE PENELITIAN.....	31
A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31

C.	Populasi dan Sampel	35
D.	Jenis dan sumber data	36
E.	Metode pengumpulan data	37
F.	Instrumen Penelitian	37
G.	Uji Instrumen Penelitian	39
1.	Uji Validitas	39
2.	Uji Realibilitas	39
H.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	39
1.	Analisis Regresi Linier Berganda	39
2.	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
A.	Deskripsi Data.....	42
1.	Sejarah Berdiri Toko Sumber Rejeki	42
2.	Gambaran Umum Responden	43
B.	Deskripsi Jawaban Responden Setiap Variabel	46
C.	Metode Analisis Data.....	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reliabilitas	54
D.	Teknik Analisis Data.....	56
1.	Analisis Linier Berganda.....	56
2.	Uji Hipotesis	59
E.	PEMBAHASAN	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		67
A.	SIMPULAN	67
B.	SARAN.....	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerangka Berfikir.....	37
Gambar 1.2 Daerah Penerima dan Penolak Ho.....	41
Gambar Diagram 1.3 Jenis Kelamin Responden.....	43
Gambar Diagram 1.4 Usia Responden.....	44
Gambar 1.5 Diagram Pendapatan Responden.....	45
Gambar 1.6 Lokasi Toko (H1), Uji t.....	60
Gambar 1.7 Kualitas Pelayanan (H2), Uji t.....	61
Gambar 1.8 Keragaman Produk (H3), Uji t.....	61
Gambar 1.9 Daerah Penerima dan Penolakan Ho Untuk Uji f.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 1.2 Definisi Operasional.....	32
Tabel 1.3 Deskripsi Jawaban Responden Terkait Lokasi Toko	46
Tabel 1.4 Deskripsi Jawaban Responden Terkait Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 1.5 Deskripsi Jawaban Responden Terkait Keragaman Produk.....	49
Tabel 1.6 Deskripsi Jawaban Responden Terkait Keputusan Pembelian	51
Tabel 1.7 Uji Validitas	53
Tabel 1.8 Uji Reabilitas.....	55
Tabel 1.9 Analisis Linier Berganda	56
Tabel 2.0 Uji t	59
Tabel 2.1 Uji f	62
Tabel 2.2 Hasil Analisis Koefisien Determinan	63

PENGARUH LOKASI TOKO, KUALITAS PELAYANAN, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh seorang produsen sangat mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Perkembangan teknologi yang pesat akan menimbulkan berbagai macam perubahan pola hidup manusia. Dalam hal pemenuhan keinginan manusia, maka produsen dituntut pula peningkatan kesejahteraan, sehingga manusia dapat merasa puas dengan keinginannya. Keinginan manusia itu berbeda-beda karena setiap manusia mempunyai karakter sendiri-sendiri dalam memenuhi keinginannya, hal tersebut menimbulkan perilaku pembelian terhadap produk juga berbeda. Setiap konsumen akan membelin barang untuk memenuhi dan memuaskan keinginannya. Keberhasilan perusahaan penyedia produk maupun jasa banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang tersebut.

Perusahaan harus jeli tentang apa kebutuhan atau keinginan konsumen serta mampu mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa yang

termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dalam cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar.

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dalam berbagai strategi pemasaran dan juga pelayanan yang diberikan dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal. Dengan kata lain, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya.

Untuk dapat berhasil dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan kata lain perusahaan harus dapat menarik minat beli konsumen agar konsumen tersebut menjadi pelanggan yang loyal berbelanja di toko tersebut. Hal yang harus diperhatikan dalam menarik minat konsumen yakni penjual harus sanggup menjual kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual baranagnya, kesan yang dapat membentuk citra terhadap tokonya.

Faktor lokasi penting pengaruhnya bagi perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Perusahaan harus pandai dalam memilih lokasi

yang strategis serta yang nyaman bagi konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja. Lokasi adalah bagian penting dari pemasaran, jika lokasi kurang strategis, seorang pengusaha perlu mengupayakan promosi lebih gencar supaya calon pelanggan mengetahui keberadaan usaha tersebut. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi juga memiliki berbagai hambatan yaitu dalam hal persaingan dengan memilih lokasi yang ramai dengan pusat perbelanjaan lainnya maka persaingan untuk perusahaan semakin besar. .Penting karena faktor lokasi/ tempat ini sedikit banyak mempengaruhi kepuasan yang diambil konsumen untuk membeli sesuatu produk. Terutama bagi perusahaan yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen seperti toko. Sebelum seseorang/ sekelompok orang memutuskan untuk membeli di sebuah toko, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi toko tersebut. Sebagian orang lebih memilih lokasi yang dekat dengan rumah/ kantor mereka.

Salah satu yang harus diperhatikan suatu perusahaan selain lokasi usaha juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas yang buruk akan sangat memberi dampak yang buruk akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian serta citra nilai masyarakat pada suatu toko. Kualitas layanan event akan berhubungan dengan kepuasan, loyalitas, nilai, dan keinginan untuk membeli kembali

dari pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yesi Apriyani yang menyatakan bahwa jika dibandingkan dengan variabel lainnya, besar koefisien pengaruh kualitas pelayanan berada pada urutan ketiga. Artinya kualitas pelayanan merupakan faktor pengaruh ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Joko Sugihartono (2020) yang menyatakan bahwa salah satu upaya untuk menciptakan, memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan jasa yang berkualitas secara konsisten. Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan mampu dipenuhi oleh perusahaan, maka hal ini akan berpengaruh pada pengambilan keputusan pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang disediakan dan mendorong terjadinya pembelian ulang.

Konsep kualitas layanan pada dasarnya merupakan suatu standar kualitas yang harus dipahami di dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Tidak kalah penting selain lokasi dan kualitas pelayanan dalam pemasaran produk akan dapat mengalahkan pesaingnya saat produk tersebut memiliki keunikan, autentisitas, dan keragaman, untuk menarik minat konsumen, sebuah usaha dagang perlu memperhatikan produk yang dijualnya agar dilirik oleh konsumen, yaitu memberi keragaman produk agar konsumen dapat memilih dan mendapatkan kebutuhan atau pun keinginannya pada toko tersebut.

Masalah produk juga sangat penting karena konsumen akan memilih toko mana yang akan dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap

tidaknya produk yang dijual pada toko itu. Produk yang kurang lengkap juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, jika toko yang lebih lengkap meskipun jarak yang ditempuh agak jauh maka konsumen akan mengunjungi toko yang lebih lengkap produknya. Pada dasarnya tidak ada patokan tentang jumlah dan jenis barang yang bisa dipajang di etalase suatu toko. Keinginan konsumen adalah sekali belanja bisa mendapatkan barang yang diinginkan. Berarti varian barang yang ditawarkan juga harus bervariasi. Pertimbangan selanjutnya, dengan memperhatikan target konsumen yang telah dibuat sebelumnya. Kita harus pandai-pandai mencari tahu apa keinginan dari target konsumen pertama. Jangan sampai orang terdekat membutuhkan suatu barang, ternyata serba tidak tersedia. Karena mereka inilah yang menjadi konsumen pertama. Oleh karena itu toko sebisa mungkin dapat menyiapkan barang keinginan mereka. Meskipun jumlah tidak banyak, tetapi lengkap dan semua keinginan konsumen tersedia.

Produk yang dijual di Toko Sumber Rejeki Srago Klaten merupakan produk alas kaki untuk semua kalangan masyarakat. Mulai dari balita, remaja, hingga dewasa. Toko Sumber Rejeki Srago Klaten ini terletak di pusat kota, dekat dengan pusat bisnis dan juga jalan raya. Lokasinya yang strategis dan juga beragam produk yang tersedia membuat konsumen memutuskan untuk membeli serta memenuhi keinginan di Toko Sumber Rejeki Srago Klaten. Meskipun demikian, seringkali konsumen merasa kecewa. Hal ini disebabkan karena sering kali stok barang yang tersedia di

Toko Sumber Rejeki telah habis karena masalah pada pengiriman stok tersebut.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO SUMBER REJEKI SRAGO KLATEN”**

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Alasan subjektif
 - a. Lokasi penelitian merupakan milik keluarga
 - b. Mengetahui secara detail tentang subjek penelitian
2. Alasan objektif
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan
 - b. Untuk mengetahui pentingnya lokasi toko dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen

C. Pengesahan Judul

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti harus mengetahui maksud arti penelitian. Dengan mengetahui konsep penelitian diharapkan tidak terjadi kekeliruan dalam pemecahan masalah. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

3. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang di tawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikanya.

D. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah supaya penulis lebih menjadi terarah dan mudah dimengerti. Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi mengenai masalah pengaruh lokasi toko dan

keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten.

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah tersebut maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi toko terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Sumber Rejeki Srago Klaten?
3. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten?
4. Bagaimana pengaruh lokasi toko, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten?

F. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti.

Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menguji pengaruh lokasi toko terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten.

3. Untuk menguji pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten.
4. Untuk menguji pengaruh lokasi toko, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Sumber Rejeki Srago Klaten.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) **Manfaat Teoritik**

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori dan pengetahuan strategi pemasaran yang harus diperhatikan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada suatu usaha, terutama pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan keragaman produk.

b) **Manfaat Praktis** Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a) **Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

b) Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, memberikan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan terutama tentang kegiatan pemasaran mengenai cara-cara penerapan teori yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan dan kenyataan yang dihadapi di lapangan.

c) Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan serta memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi penelitian selanjutnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Sumber Rejeki Srago Klaten. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara parsial sebagai berikut:
 - a. Secara parsial variabel lokasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan dengan nilai Uji t lebih besar dari nilai signifikan yaitu $2,61 > 0.05$.
 - b. Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan dengan nilai Uji t lebih kecil dari nilai signifikan yaitu $1,60 > 0.05$.
 - c. Secara parsial variabel keragaman produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan dengan nilai Uji t lebih kecil dari nilai signifikan yaitu $0.01 < 0.05$.
2. Pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y secara Simultan Secara simultan variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan keragaman produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan dengan nilai F lebih kecil dari nilai signifikan yaitu $0.001 < 0.05$.

Selanjutnya berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi pada penelitian ini diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0.696 atau 69,9%, yaitu menunjukkan bahwa hubungan antara X1, X2, X3 tergolong lemah karena nilai R yang dihasilkan kurang dari 1.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka saran yang penulis sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Pengelola usaha Toko Sumber Rejeki diharapkan dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu memberikan jasa layanan untuk membantu konsumen yang ingin menyeberang jalan sehingga konsumen tidak kesulitan apabila dari sisi lawan arah.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan selalu berusaha memperbaiki pelayanan pada konsumen.
3. Menambah keragaman produk berupa tambahan jenis, model dan merk produk yang ditawarkan sesuai keluaran terbaru atau trend sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja ke toko ini.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitian, menambah atau menginovasi variabel penelitian sehingga memperoleh informasi lebih luas akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriasan, S. (2016) Manajemen Pemasaran Perhotelan (Dilengkapi dengan hasil riset pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara). Yogyakarta: *Deepublish*.
- Agus Salim, M. d. *odel* (2017) Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. Jakarta: *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335.
- Alfianika, Ninit. (2018) Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia . Yogyakarta: : *Deepublish*.
- Alfianika, Siti. Rohana. (2019). Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Tuneeca .*Skripsi* Ponorogo: Institut Agama Islam Negri Ponorogo
- Alwi, Idrus. (2018). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*. Volume 2 No 2 .
- Amstong, Kothler. (2011) Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 *Erlangga*. Edisi ke-8. Jakarta
- Anggraini, Nur Desi. (2019). Pengaruh Lokasi, Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Memilih BRI Syariah KCP Ponorogo. *Skripsi* Ponorogo : IAIN Ponorogo

- Ansori, Muslich. (2017) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press .
- Arifianto, Eko. (2018) Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chiken (Kfc). *Skripsi* Sumbar Padang: Sekolah Tinggi Keguruan:.
- Asrizal Efendy Nasution, M. T. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. Medan, Sumatra Utara: Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia.
- Blancard, H. (2022). Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli dan Karakteristiknya. *Ekonomedia*.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44.
- Hasibuan, M. (2009). *Pengertian Manajemen Pemasaran* .
- Hibatullah, N. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di TB. Rejeki Agung Surabaya. Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen* : Volume 8, Nomor 11.

- Marvia. (2019) Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Konsumen Online Shop Di Unismuh Makassar). Makassar : *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Makassar
- Miftah, A. d. (2020).Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal. Maalang: *Ahlimedia Press*.
- Mustafa, P. S.(2020) Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga. Malang: *Skripsi* Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang
- Sari Avinda Novita. (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Shu-Shu Milkshake Purwokerto . Purwokerto: *Skripsi* . Institusi Agama Islam Negri Purwokerto.
- Hari Sudarsono. (2020). *Pemasaran Manajemen*. Jawa Timur: CV. PUSTAKA ABADI.
- Stanston. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Jilid II Edisi ketujuh: Erlangga.
- Sugiyono. (2017).*Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Tarjo. (2019).*Metode Penelitian*. Yogyakarta: : CV Budi Utama.

Tomoliyus, dkk. (2020). *Assesmen Olahraga*. Purwodadi : CV. Sarnu
Untung.