

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEJANGKAUAN HARGA DAN
VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
SEMBAKO SHEZA JAYA SENTOSA PALEMBANG**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Diajukan Oleh :

RA Sari Zenuarsi

NIM. 2001110092

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RA Sari Zenuarsi
Nomor Pokok/NIRM : 2001110092
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan
Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di
Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 19-09-2024 Pembimbing I :


Noviarni SE, M.Si
NIDN : 0221116101

Tanggal 18-09-2024 Pembimbing II :


Yuni Adinda Putri, SE, M.Si
NIDN : 0207069401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Tanggal 29-09-2024

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 29-09-2024




Dr. Misy Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Marivani Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

236 /PS/DFEB/ 24

ii

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RA Sari Zenuarsi
Nomor Pokok/NIRM : 2001110092
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan
Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di
Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang

Penguji Skripsi :

Tanggal 19-04-2024.....

Ketua Penguji :


Noviafni SE, M.Si.
NIDN : 0221116101

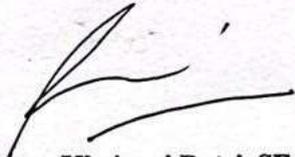
Tanggal 20-4-2024.....

Penguji I


: Yuni Adinda Putri, SE, M.Si
NIDN : 0207069401

Tanggal 24-4-2024.....

Penguji II


: Nyayu Khairani Putri, SE, M.Si
NIDN : 0211029501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

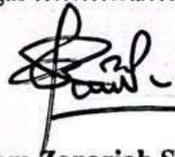
Tanggal 24-4-2024.....




Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 24-4-2024.....


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

236 /PS/DFEB/ 24

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda cuman sekiranya kalau teman - teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir mimpi mimpi lain bisa diciptakan”

Kupersembahkan kepada :

- *Orang tua tersayang*
- *Keluarga besarku*
- *Sahabat-sahabatku*
- *Dosen pembimbingku*
- *Almamaterku*
- *Masa Depan*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RA Sari Zenuarsi
Npm/Nomor Pokok : 2001110092
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, April 2024



RA Sari Zenuarsi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-NYA semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang". skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti

Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof Dr Ir H Edizal AE MS Selaku Rektor Universitas Tridianti
2. Ibu Masayu Mikial, SE.M.Si.Ak.CA. CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang
3. Dr. M.Ima Andriyani,SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tridianti dan Dosen Pembimbing utama yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti
5. Ibu Noviarni SE,M.Si. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
6. Ibu Yuni Adinda Putri, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.

7. Dosen-dosen serta staff karyawan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
8. Pemilik Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang, karyawan serta pelanggan-pelanggan telah bersedia memberikan data dan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.
9. Untuk Kedua orang tua ku tersayang, RM HERI IRAWAN & LINDA ROSIDA. Orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia , yang sangat sabar membesarkanku , mendidik dan tidak pernah lelah dengan memberikan dukungan moral, materi, maupun motivasi, dan selalu memberikan kasih sayang, doa yang tak henti hentinya, yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat kalian bahagia, karena sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terimakasih untuk semuanya berkat ayah dan ibu saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi ayah dan ibu harus ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya, ilove you more more more.
10. Untuk ke empat adik kandung ku tersayang, Ra Heliza Apriliyana Putri, Ra Evenza Meylindri Putri, Rm Haikal Gaston Pahlevi, Rm Hafiz akbar, terimakasih atas doa, dukungan, yang telah diberikan kepada saya.
11. Kepada seseorang yang tak kalah pentingnya yang bernama Rivaldo Julio Alvarez A.Md.Kom, terimakasih telah menjadi perjalanan hidup saya. Terimakasih banyak baik tenaga, maupun waktu, dan telah menghibur,

mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.

12. Kepada seluruh teman-teman, yang telah memberikan support baik tenaga dan waktu kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
14. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aaminnn...

Palembang, April 2024

RA Sari Zenuarsi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	10
2.1.2 Keputusan pembelian	11
2.1.2.1 Pengertian keputusan pembelian.....	11
2.1.2.2 Pengertian keputusan pembelian.....	12
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	
2.1.2.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	
2.1.3 Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.2 Prinsip – Prinsip Kualitas Kualitas Pelayanan.....	19

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Kualitas Pelayanan	21
2.1.3.4 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.1.4 Keterjangkauan Harga.....	27
2.1.4.1 Pengertian Keterjangkauan Harga	27
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Harga	28
2.1.4.3 Dimensi dan Indikator Kejangkauan Harga.....	30
2.1.5 Varian Produk	31
2.1.5.1 Pengertian Varian Produk	31
2.1.5.2 Tujuan varian produk	32
2.1.5.3 Macam-macam varian produk	32
2.1.5.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi varian produk	33
2.1.5.5 Dimensi dan Indikator Varian Produk	34
2.1 Penelitian Lain Yang Relevan	35
2.2 Kerangka Berfikir	38
2.3 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	41
3.1.1 Tempat Penelitian	41
3.1.2 Waktu Penelitian	41
3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.1 Sumber Data	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3 Populasi,Sample,dan Sampling	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sample	43
3.3.3 Teknik Sampling	44
3.4 Rancangan Penelitian.....	45
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	46
3.6 Instrumen Penelitian	49
3.6.1 Uji Validitas	50

3.6.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.1	Uji Normalitas	52
3.7.2	Uji Multikolinieritas	52
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.8	Teknik Analisa Data	53
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.8.2	Analisis Koefisien Korelasi (r).....	55
3.8.3	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	55
3.9	Uji Hipotesis	56
3.9.1	Uji Simultan, digunakan uji F.....	56
3.9.2	Uji Secara Parsial, digunakan uji t.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum.....	61
4.1.1	Sejarah Siagkat Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa.....	61
4.1.2	Visi dan Misi	61
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	62
4.1.4	Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	62
4.2	Pembahasan dan interpretasi.....	63
4.2.1	Deskripsi Profil Responden.....	63
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	64
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	65
4.3.1	Uji Validitas	65
4.3.2	Uji Reliabilitas	68
4.3.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
4.3.3.1	Analisi Linier Berganda.....	72
4.3.4	Koefisien Determinasi.....	73
4.4	Uji Hipotesis Penelitian	74
4.4.1	Uji Simultan (Uji F)	74

4.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	75
4.5 Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Penjualan Tahun 2021 – 2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Lain Yang Relevan	35
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi.....	41
Tabel 3.2 Data Pembelian Konsumen.....	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional	46
Tabel 3.4 Skor Skala Likert	50
Tabel 3.5 Interval koefisien	55
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan (X1)	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kejangkauan harga (X2).....	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas varian produk (X3).....	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian (Y)	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	75

DAFTAR GAMBAR

Halaman	
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	64
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2. Tabulasi	91
Lampiran 3 Hasil Analisa Spss Versi 24	111

ABSTRAK

RA Sari Zenuarsi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang (Dibawah bimbingan Ibu Noviarni SE, M.Si dan Ibu Yuni Adinda Putri, SE. M.Si)

Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa ini menyediakan keperluan pokok dari masyarakat khususnya Kecamatan Gandus, dimana toko ini menyediakan sembako dalam bentuk glosiran maupun eceran tentu dengan kualitas yang baik dan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : dilihat dari persamaan regresi linier berganda $Y = 8.383 + 0,117 X_1 - 0,046 X_2 + 0,647 X_3$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan varian produk dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang. Hal ini menunjukkan dengan nilai sig F (0,000) < 0,05. Hasil uji parsial juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,000) < a (0,05), variabel kejangkauan harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,493) > a (0,05). variabel varian produk mempengaruhi keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,000) < a (0,05).

Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang harus lebih memperhatikan kejangkauan harga dan sebaiknya melakukan mengevaluasi dan menghindari adanya faktor – faktor yang dapat menghambat proses keputusan pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga ,Varian Produk Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

RA. Zenuarsi, The Influence of Service Quality, Price Affordability and Product Variants on Purchasing Decisions at the Sheza Jaya Sentosa Palembang Grocery Store (Under the guidance of Ms. Noviarni SE, M.Si and Ms. Yuni Adinda Putri, SE. M.Si)

The Sheza Jaya Sentosa basic food shop provides the basic needs of the community, especially Gandus District, where this shop provides basic necessities in wholesale and retail form, of course with good quality and prices that can be reached by all groups. The aim of this research is to determine the influence of service quality, price affordability and product variants on purchasing decisions at the Sheza Jaya Sentosa Palembang grocery store. The results of this research are as follows: seen from the multiple linear regression equation $Y = 8,383 + 0.117$

The results of simultaneous hypothesis testing show that the variables of service quality, price range and product variants jointly influence purchasing decisions at the Sheza Jaya Sentosa Palembang grocery store. This shows the sig value $F (0.000) < 0.05$. The partial test results also show that the service quality variable influences purchasing decisions as indicated by the sig t value $(0.000) < a (0.05)$, the price affordability variable does not influence purchasing decisions as indicated by the sig t value $(0.493) > a (0.05)$. The product variant variable influences purchasing decisions as indicated by the sig t value $(0.000) < a (0.05)$. The Sheza Jaya Sentosa Palembang Grocery Store must pay more attention to price affordability and should evaluate and avoid factors that could hinder the purchasing decision process at the Sheza Jaya Sentosa Palembang Grocery Store.

Keywords: Service Quality, Price Affordability, Product Variants and Buying decision

RIWAYAT HIDUP

RA Sari Zenuarsi dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 30 januari 2001 merupakan anak Pertama dari Lima bersaudara, dari pasangan bapak RM Heri Irawan dan ibu Linda Rosida. Sekolah dasar diselesaikan tahun 2013 di SD Negeri 164 Palembang, sekolah menengah pertama di selesaikan tahun 2016 di SMP negeri 47 palembang. Dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah kejuruan pada tahun 2019 di SMK negeri 3 palembang. Pada tahun 2020, ia memasuki fakultas ekonomi program studi manajemen universitas Tridinanti palembang.

Palembang, Februari 2024

RA Sari Zenuarsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi saat ini dunia bisnis berkembang dengan pesat, terutama pada usaha dibidang perdagangan eceran atau di bidang retail. Banyaknya usaha retail yang mulai menjamur di kalangan masyarakat menimbulkan peningkatan jumlah usaha sejenis dan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu dalam situasi yang demikian, pelaku usaha dituntut harus mampu, cakap, dan tanggap dalam pengambilan keputusan agar usahanya mampu berkembang dengan baik Soliha dalam (Irdha dan Nur, 2023:4). Seiring berkembangnya industri retail, pedagang toko sembako dengan toko modern menghadapi persaingan bisnis yang semakin sulit, menuntut industri pemasaran untuk menentukan strategi bersaing yang lebih cermat lagi untuk memenangkan persaingan (Melisa, 2021:6).

Setiap toko sembako dan setiap bisnis modern memiliki tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, salah satunya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Terdapat perbedaan antara toko sembako dan toko modern, toko modern menerapkan konsep pelayanan yaitu pembeli dapat mengambil barangnya sendiri, seolah-olah melayani dirinya sendiri (swalayan), sedangkan toko sembako masih menerapkan model pelayanan penjual mengambilkan barang yang akan dibeli oleh pelanggan (Kurniawati *et al.*, 2018:3).

Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha

memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut *Engel, et al* dalam (Napik, 2018:7). Keputusan Pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi untuk memilih, membeli hingga menggunakan suatu produk, jasa ataupun layanan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2016 :192).

Menurut Riadi (2020:6) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain. Keputusan pembelian menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, hal ini akan menjadi pertimbangan strategi pemasaran yang akan digunakan oleh perusahaan selanjutnya.

Salah satu usaha saat ini yang sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat adalah usaha toko sembako. Kebutuhan akan makanan pokok yang semakin tinggi menjadi peluang untuk terus berkembang karena sembako merupakan kebutuhan pokok yang pasti dibutuhkan setiap harinya. Salah satu toko yang berada di kecamatan Gandus yaitu Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa, merupakan usaha milik Bapak Andika yang berdiri sejak tahun 2012 dengan jumlah karyawan sebanyak 11 orang. Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa ini menyediakan keperluan pokok dari masyarakat khususnya Kecamatan Gandus, dimana toko ini menyediakan sembako dalam bentuk glosiran maupun eceran tentu dengan kualitas yang baik dan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Peningkatan penjualan produk merupakan bukti nyata sebagai toko yang membuat konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian. Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa berlokasi di pinggir jalan raya yang sangat strategis untuk membuka usaha. Tempat yang ramai dan banyak dilewati oleh transportasi umum menjadikannya mudah untuk dijangkau dan ditemukan oleh konsumen. Adapun omset penjualan Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa dari tahun 2019 - 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Target dan Penjualan Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa
Tahun 2019 – 2023

No	Tahun	Target (Rp)	Penjualan (Rp)	Pertumbuhan (%)
1	2019	500.000.000	470.872.000	94,17
2	2020	500.000.000	480.341.000	96,07
3	2021	600.000.000	544.764.000	90,79
4	2022	550.000.000	494.289.000	89,87
5	2023	600.000.000	570.872.000	95,15

Sumber : Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa, (2023)

Dari tabel 1.1 di atas, peneliti dapat melihat penjualan yang di peroleh dari Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa di tahun 2019 sampai tahun 2023 berfluktuasi pada tahun 2019 penjualan sebanyak Rp. 470.872.000 atau sebesar 94,17% meningkat pada tahun 2020 sebanyak Rp 480.341.000 atau sebesar 96,07%. Sedangkan pada tahun 2021 terjadi penurunan penjualan sebanyak Rp. 544.764.000 atau sebesar 90,79%., Tahun 2022 terjadi penurunan penjualan sebanyak Rp. 494.289.000 atau sebesar 89,87%. Tahun 2022 penjualan sebanyak Rp. 570.872.000 atau sebesar 95,15% Peluang yang dimiliki oleh Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa cukup besar, namun kurangnya ketersediaan produk masih menjadi masalah yang cukup signifikan. Hal ini terjadi karena kurangnya pasokan barang ke Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa, sehingga konsumen terkadang

merasa kecewa karena tidak ada ketersediaan produk yang diinginkan akibat kehabisan stock menyebabkan keputusan pembelian di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa menurun.

Subihaiani dalam (Melisa 2021:6) Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Jadi, kualitas pelayanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu pelayanan yang mereka terima dari penyedia pelayanan (perusahaan), baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan (Fandy, 2017:180). Apabila persepsi pelanggan atas pelayanan sesuai harapan maka kualitas pelayanan dianggap baik, namun jika persepsi pelanggan atas layanan tidak sesuai harapan maka kualitas pelayanan dianggap buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemauan penyedia pelayannya secara konsisten.

Kotler (2019:61) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Kualitas pelayanan adalah sebagai suatu perbuatan (*deed*), suatu kinerja (*performance*) atau suatu usaha (*effort*)”.

Kualitas pelayanan di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang belum sepenuhnya sesuai kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen karena karyawan masih kurang memberikan pelayanan kepada konsumen karena karyawan kurang ramah, karyawan lebih mementingkan konsumen yang belanja banyak dan konsumen tidak bisa apabila ada barang rusak atau produk yang sudah kadaluarsa bisa diganti dengan barang atau produk yang baru.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melisa (2021:3) dan Maya (2018:4) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Efnita (2017:6) dan Arianto, (2021:3) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Harga merupakan variabel keputusan yang paling penting oleh konsumen karena alasan tertentu, salah satunya yaitu alasan ekonomis yaitu harga yang terjangkau atau bersaing merupakan salah satu hal penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, dalam penelitian ini menggunakan kategori harga yaitu harga terjangkau, harga bersaing dan harga sesuai kualitas. Harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, untuk itu perusahaan harus menetapkan harga dengan baik.

Kejangkauan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena Kejangkauan harga itu adalah sendiri hal yang penting untuk diperhatikan sebagai kesempurnaan sebuah usaha atau bisnis apapun, dikarenakan menjadi keunggulan bisnis dari para pesaing. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan

atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Tonce dan Yoseph (2022:5) Keterjangkauan harga adalah harga yang terjangkau yaitu ekpektasi pelanggan sebelum melangsungkan pembelian. Pelanggan dapat mencari produk yang harganya bisa digapai oleh pelanggan. Keterjangkauan harga merupakan harapan konsumen dalam melakukan pembelian, biasanya konsumen akan mencari produk yang bisa dijangkau harganya (Indrasari, 2019:44).

Varian produk adalah adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen Varian Produk menurut Kotler dan Keller dalam Farah (2022) varian produk adalah sejumlah pilihan yang terdiri dari kategori produk yang berbeda dan berbagai jenis didalam sebuah toko atau department. Maya (2020:6), bahwa varian produk secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Resticha, (2019:6) menyatakan bahwa varian produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang “**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang?
2. Apakah Kejangkauan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang?
3. Apakah Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kejangkauan Harga Dan Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kejangkauan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian Di Toko Sembako Sheza Jaya Sentosa Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini dapat dilihat dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis adalah manfaat yang dilihat dari sisi pengembangan akademik. Manfaat praktis adalah manfaat yang dilihat dari kepentingan praktis.

1. Manfaat teoritis

- a. Secara teori, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian
- b. Penelitian ini dilakukan untuk menambah referensi kepada peneliti selanjutnya yang menguji kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian.
- c. Penelitian ini memberikan tambahan pengembangan ilmu kepada pembaca mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk memperdalam pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk dan keputusan pembelian serta dapat menerapkan teori-teori yang telah diperoleh oleh penulis selama mengikuti kuliah di Universitas Tridinanti Palembang.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen perusahaan yang dapat digunakan sebagai masukan atau dasar untuk meningkatkan penjualan yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan, kejangkauan harga dan varian produk yang baik menunjukkan prospek bagus bagi toko di masa yang akan datang, yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang di toko sehingga dimungkinkan dapat menambah modal untuk usaha pengembangan toko dan sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan. Sebagai bahan pembandingan serta peluang untuk menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan dalam praktik dan kenyataan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Jurnal Pemasaran Kompetitif. 1(2): 123-134
- Efnita, Titik, 2017. “*Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer*”. Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 2, Agustus 2017, 107-115.
- Farah Saufika Oktaviana, 2021 *Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Fz Shopee Royal Plaza Surabaya* Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 9 No 1
- Fandy Tjiptono, 2017 *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing. Andi, Yogyakarta
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irdha Yanti Musyawarah , Nur Amanah, 2023 *Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Volume. 20 Issue 3 (2023) Pages 358-367* AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan
- Lianardi, W., & Chandra, S. 2019. *Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru*. Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis, 4(1), 45–58
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Kurniawati, E., Soelistiyono, A., & Ariefiantoro, T. (2018). *Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah)*. Journals.Usm.Ac.Id, 16(2), 94–111.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Maya Puspa Iswantami, 2020 *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Variasi*

Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Food & Beverage Di I-Club Madiun, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

- Melisa, Fitroh, 2021 *Pengaruh Kelengkapan Produk Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa*, jurnal manajemen dan bisnis vol. 4, no. 2,
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. 2018. *Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry*. Jurnal Penelitian IPTEKS, 3(1), 73.
- Riadi, M. 2020. *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Dipetik Februari 21, 2021, dari KajianPustaka.com: 102 <http://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertiandimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html?m=1>
- Resticha Devrina and Hidayat Rahmat, 2019 „*Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)*“, 3.1
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Tonce, Yosef & Rangga, Yoseph DP. 2022. *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*. Indramayu: Penerbit Adad.
- Utari Wijayati dan Rahma Wahdiniwaty, 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Bandung : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM
- Sari, A. P., & Rahmidani, R. 2019. *Pengaruh E-Word Of Mouth Dan E-Trust Terhadap E-Purchase Decision Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada Marketplace Lazada*. Jurnal Ecogen, 2(4), 666.
- Utari Wijayati dan Rahma Wahdiniwaty, 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Bandung : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM