

Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sembako Rizkuna Desa Karang Sentosa

Teguh Santoso¹, Munib Alaika Salam^{2*}

^{1,2} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, Jakarta, Indonesia

¹ teguh.santoso2408@gmail.com, ² munibalaikasalam@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Keywords

price;
product completeness;
purchase decision;

ABSTRACT

The purchase decision of consumer is influenced by some factors such as price and product completeness. Facts in Rizkuna Groceries Store are that they set the price higher from the competitor and the product they offer are not complete. Based on those facts, the sales in Rizkuna Groceries Store have decreased. This study was conducted to find out the influence of price and product completeness toward the purchase decision of the customers in the Rizkuna Groceries Store in Karang Sentosa Village. The method for this study is quantitative approach along with the customers who ever purchased from the Rizkuna Groceries Store as the respondent. The data collection technique used was a questionnaire, with a total sample of 150 people. Data quality technic was examined with validity and reliability tests. Data analysis test using multiple linear regression. Data analysis test was conducted by partial and simultaneous tests. The results of this study prove that there is a positive and significant effect of price and product completeness on purchasing decisions. Partially, price contributes 24% and product completeness contributes 45.3% to purchasing decisions. Price and product completeness simultaneously affect the purchase decision by 49.6%, and the remaining 50.4% is influenced by other variables

PENDAHULUAN

Toko Sembako Rizkuna merupakan toko yang menjual berbagai kebutuhan pokok. Toko Sembako Rizkuna dalam setiap bulan selalu mengalami penurunan penjualan. Penurunan ini diduga banyaknya kompetitor baru yang bermunculan, bahkan lokasi mereka saling berdekatan. Kemudian terjadinya pandemi Covid-19 yang berlangsung selama 2 tahun lebih yang mengakibatkan daya beli konsumen melemah, kemungkinan juga ada sebagian konsumen yang tidak puas setelah melakukan pembelian di Toko Sembako Rizkuna. Berikut ini adalah data penjualan Toko Sembako Rizkuna dalam tahun 2022:

Tabel 1 Penjualan Toko Sembako Rizkuna (2022)

Bulan	Jumlah Penjualan
Januari	Rp. 496.000.000
Februari	Rp. 448.000.000
Maret	Rp. 496.000.000
April	Rp. 429.000.000
Mei	Rp. 233.700.000
Juni	Rp. 390.000.000
Juli	Rp. 396.800.000
Agustus	Rp. 403.000.000
September	Rp. 360.000.000
Oktober	Rp. 330.000.000
November	Rp. 300.000.000
Desember	Rp. 279.000.000

Sumber: Wawancara Pemilik Toko (2023)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat tidak stabilnya penjualan Toko Sembako Rizkuna. Terkadang penjualannya naik dan penjualannya cenderung terus menurun setiap bulannya. Penjualan terendah terjadi pada bulan Mei. Hal yang bisa menyebabkan menurunnya penjualan seperti pengaruh harga dan kelengkapan produk, karena dua faktor tersebut merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Melihat bagaimana kondisi Toko Sembako Rizkuna mengalami penurunan penjualan, Penulis melakukan peninjauan awal dengan menyebar kuesioner kepada beberapa pelanggan Toko Sembako Rizkuna sebanyak 30 sampel pelanggan yang sering berbelanja dan juga pada pelanggan yang jarang berbelanja ke Toko Sembako Rizkuna. Hasil penyebaran kuesioner akan disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Kuesioner Toko Sembako Rizkuna

Pertanyaan	Jawaban Responden		Jumlah
	Ya	Tidak	
Apakah harga yang ditetapkan penjual lebih mahal dari pesaing?	63%	37%	100%
	19 Responden	11 Responden	30 Responden
Apakah produk yang ada di Toko Sembako Rizkuna lengkap?	40%	60%	100%
	12 Responden	18 Responden	30 Responden
Apakah anda akan berbelanja di Toko Sembako Rizkuna dikemudian hari?	53%	47%	100%
	16 Responden	14 Responden	30 Responden

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa untuk harga tidak sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Toko Sembako Rizkuna terlalu mahal dalam menetapkan harga, hal ini dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang memberikan jawaban “IYA” dengan presentase 63%. Menetapkan harga terlalu tinggi akan membuat konsumen tidak melakukan keputusan pembelian, bahkan konsumen bisa beralih ketoko lain yang menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas barang yang hampir relatif sama.

Membandingkan harga adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan Toko Sembako Rizkuna mahal. Penulis melakukan *survey* dengan membandingkan beberapa harga produk dari pesaing. Maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3 Perbandingan Harga Produk

Nama Barang	Toko			
	Rizkuna	Arjuna	Edoy	Cari Kawan
Minyak “Curah”	Rp. 15.500	Rp. 15.000	Rp. 16.000	Rp. 14.500
Terigu “Lencana Merah”	Rp. 9.500	Rp. 9.000	Rp. 10.000	Rp. 9.000
Gula Pasir “GMP”	Rp. 15.000	Rp.14.500	Rp. 15.000	Rp. 14.500
Gula Merah “Koin”	Rp. 14.000	Rp. 13.500	Rp. 14.000	Rp. 13.500
Tapioka “Gunung Agung”	Rp. 9.500	Rp. 9.000	Rp. 9.500	Rp. 9.000

Sumber: Hasil *survey* harga (2023)

Berdasarkan tabel 3 Toko Arjuna dan Toko Cari Kawan memiliki harga yang relatif lebih murah dari Toko Sembako Rizkuna. Hal ini juga menjadi salah satu faktor menurunnya penjualan Toko Sembako Rizkuna dalam beberapa bulan terakhir, konsumen akan beralih pada toko yang menawarkan harga yang relatif lebih murah. Penetapan harga berdampak pada keputusan pembelian, harga yang lebih tinggi menghasilkan keputusan pembelian yang rendah, sedangkan harga yang lebih rendah menghasilkan keputusan pembelian yang lebih besar

Faktor lain dalam mendorong konsumen untuk menciptakan keputusan pembelian adalah kelengkapan produk. Kelengkapan produk adalah ketersediaan segala macam barang yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi. Sering kali produk yang tidak lengkap membuat konsumen merasa enggan untuk kembali berbelanja ditempat yang sama, konsumen akan berbelanja ketoko lain yang menawarkan produk yang lengkap.

Penelitian terdahulu yang mendukung tentang pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian dilakukan oleh Hanung Susilo Pranomo, Marjam Desma Rahadhini dan Retno Susanti (2021) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” dalam penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga dan kualitas produk sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu yang lain yang mendukung tentang keputusan pembelian konsumen telah dilakukan oleh Purwantoro (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya”. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa baik secara parsial dan simultan tata letak, harga dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grace Mart Bangun Jaya.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa dan untuk mengetahui seberapa besar kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa.

LITERATUR REVIEW

Administrasi Bisnis

Supriyanto (2016:172) menyatakan bahwa administrasi bisnis adalah keseluruhan proses kerja sama yang dilakukan secara sistematis untuk menciptakan atau menyediakan barang, jasa dan fasilitas untuk dijual ataupun disewakan kepada masyarakat umum atau pasar dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Manajemen Pemasaran

Menurut Indra Muis (2021:5) manajemen pemasaran adalah kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian oleh seorang yang disebut manajer dengan tujuan untuk memenuhi tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi secara efektif dan efisien.

Harga

Menurut Amirullah (2021:180) Harga adalah nilai nominal dari suatu barang atau jasa yang dipertukarkan oleh pembeli kepada penjual guna memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pembeli untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan.

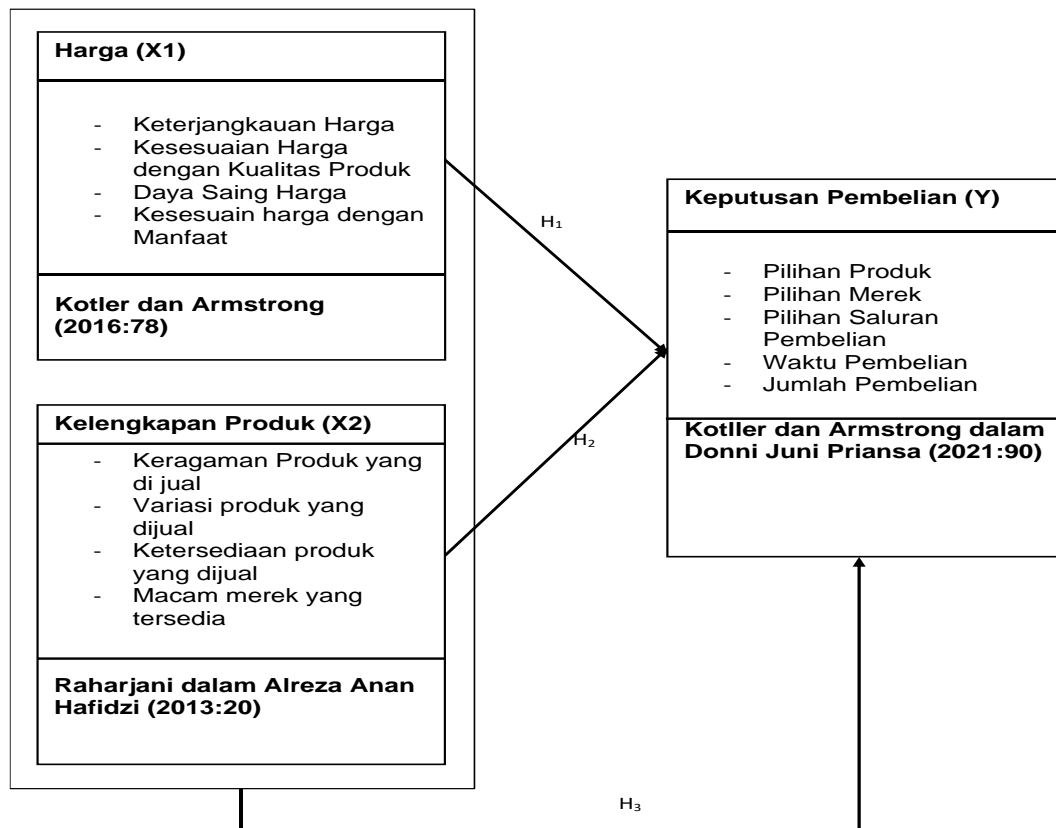
Kelengkapan Produk

Kotler dan Keller (2016:402) mendefinisikan kelengkapan produk sebagai tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan penjual untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman-Kanuk dalam Anang Firmansyah (2018:25) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua ataupun lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa pembuat keputusan haruslah tersedia beberapa pilihan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 kerangka Pemikiran

Hipotesis

- H_1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa.
- H_2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa.
- H_3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa secara Bersama

METODE PENELITIAN

Penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah (harga dan kelengkapan produk) dan yang menjadi variabel dependent adalah Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Tujuan utama penggunaan pendekatan kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah berbelanja di Toko Sembako Rizkuna. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang di berikan langsung kepada responden.

Pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat responden yaitu skala likert lima point. Proses teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan IBM.SPSS 25.

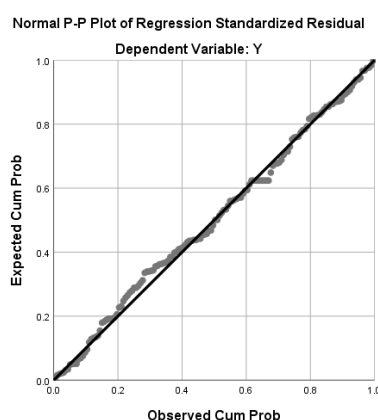
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 25.0 dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai *pearson correlation* lebih besar dari nilai R tabel (0,160) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 25.0 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach Alpha yang lebih tinggi dari 0,6 (antara 0,663 – 0,845 – 0,868 > 0,6).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normal P-P Plot

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan grafik normal probability plot pada gambar 2. Memperlihatkan bahwa berdistribusi normal, karena garis (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

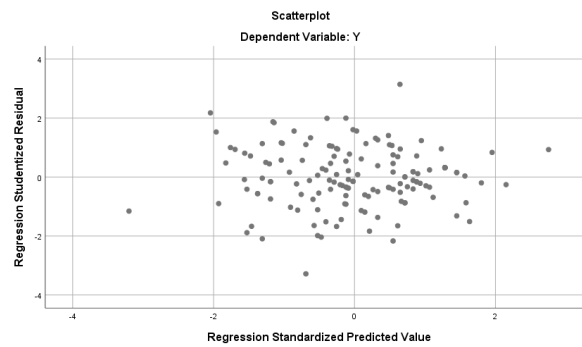
Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	-.929	3.212		-.289	.773	
	X1	.395	.113	.231	3.501	.001	.791
	X2	.567	.066	.568	8.624	.000	.791

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel X1 (0,791 > 0,10) dan nilai VIF (1,264 < 10). Kemudian nilai *tolerance* X2 (0,791 > 0,10) dan nilai VIF (1,264 < 10). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 3. diketahui bahwa polanya jelas, serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Linieritas

Tabel 5. Linieritas X1 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y X1	* Between Groups	(Combined)	1103.517	14	78.823	4.541	.000
		Linearity	828.305	1	828.305	47.722	.000
		Deviation from Linearity	275.212	13	21.170	1.220	.272
Within Groups			2343.176	135	17.357		
Total			3446.693	149			

Tabel 6. Linieritas X2 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y X2	* Between Groups	(Combined)	1772.578	21	84.408	6.454	.000
		Linearity	1562.972	1	1562.972	119.502	.000
		Deviation from Linearity	209.606	20	10.480	.801	.708
Within Groups			1647.115	128	13.079		
Total			3446.693	149			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 5. dan 6. diketahui bahwa nilai signifikansi linearity $0,00 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linier

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 7. Koefisien Korelasi

Correlations

		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.457**	.490**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	150	150	150
X2	Pearson Correlation	.457**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	150	150	150
Y	Pearson Correlation	.490**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 7. diketahui bahwa nilai signifikan X1 $(0,00) < (0,05)$, maka variabel X1 dan Y berkorelasi. kemudian nilai korelasi antara variabel X1 terhadap Y $r=0,490$, hal ini menunjukkan bahwa hubungan positif atau searah yang sedang. Untuk nilai signifikan X2 $(0,00) < (0,05)$, maka variabel X2 dan Y berkorelasi. Kemudian nilai korelasi antara variabel X2 terhadap Y $r= 0,673$, hal ini menunjukkan bahwa hubungan positif atau searah yang kuat.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.929	3.212		-.289	.773
	X1	.395	.113	.231	3.501	.001
	X2	.567	.066	.568	8.624	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 8. nilai koefisien regresi pada variabel harga (0,395) dan kelengkapan produk (0,567) bernilai positif. artinya semakin baik harga dan kelengkapan produk maka penjualan akan meningkat.

Hasil Uji t

Tabel 9. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.929	3.212		-.289	.773
	X1	.395	.113	.231	3.501	.001
	X2	.567	.066	.568	8.624	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 9. diperoleh t hitung pada variabel harga sebesar 3,501 dan sig 0,001. Dalam hal ini t hitung $3,501 > t$ tabel 1,976 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima Artinya variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 6. diperoleh t hitung pada variabel kelengkapan produk sebesar 8,624 dan sig 0,000 Dalam hal ini t hitung $8,624 > t$ tabel 1,976 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima Artinya variabel kelengkapan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa

Hasil Uji F

Tabel 10. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1707.926	2	853.963	72.196	.000 ^b
	Residual	1738.768	147	11.828		
	Total	3446.693	149			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 10. bahwa f hitung $72,196 > f$ tabel 3,06 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kelengkapan produk secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sembako Rizkuna di Desa Karang Sentosa.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.489	3.439

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 11. dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,496, yang artinya semua variabel bebas (Harga dan Kelengkapan Produk) dapat menerangkan variabel terikat (Keputusan Pembelian) pada konsumen Toko Sembako

Rizkuna sebesar 49,6%, sedangkan sisanya sebesar 50,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti promosi, lokasi, kualitas layanan dan sebagainya.

SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu, Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji t yaitu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,501 > 1,976$ maka H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) secara parsial variabel harga berkontribusi sebesar 24% dalam penelitian ini.

Kelengkapan produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji t yaitu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,624 > 1,976$ maka H_2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh kelengkapan produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) secara parsial variabel kelengkapan produk berkontribusi sebesar 45,3% dalam penelitian ini.

Harga dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan dalam uji F dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ terhadap keputusan pembelian sebesar $72,196 > 3,06$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_3 diterima, yang artinya secara simultan terdapat pengaruh antara variabel harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) variabel harga dan kelengkapan produk mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian sebesar 49,6%, sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut. Toko Sembako Rizkuna disarankan untuk menawarkan harga yang kompetitif, yaitu menawarkan harga yang tidak jauh dari harga pesaing. Jika harga sedikit mahal buatlah kelebihan seperti pelayanan yang ramah, tanggap dan cepat.

Toko Sembako Rizkuna disarankan mencari atau bekerjasama dengan distributor yang menawarkan harga lebih murah. Toko Sembako Rizkuna disarankan fokus pada kualitas produk dan layanan. Alihkan fokus dari harga rendah ke kualitas produk dan layanan yang lebih baik. Pastikan produk dan pelayanan memiliki nilai tambah.

Toko Sembako Rizkuna disarankan untuk mempelajari strategi dan taktik dari pesaing. Perhatikan kebijakan harga yang diterapkan oleh pesaing dan temukan kekuatan dan kelemahan mereka untuk menentukan strategi yang lebih efektif.

Toko Sembako Rizkuna disarankan untuk melengkapi produk yang dijual dengan cara melakukan pengecekan produk setiap hari atau seminggu sekali agar setiap produk yang sudah menjadi biasa dibeli oleh konsumen selalu tersedia. Kemudian produk yang sudah tersedia harus dijaga keberadaannya atau kelengkapannya. Hal tersebut dapat mempertimbangkan konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Sembako Rizkuna.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2021). Prinsip Manajemen Pemasaran (p. 247). Malang: Indomedia Pustaka.
- Donni, P. J. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: ALFABETA cv.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. Surabaya: CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indra, M. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Bekasi: Deepublish.
- Kotler, Philip., & Gary, Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Raharjani, J. dalam Hafidzi, A, A. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Alfamart. *Jurnal EMBA*, 1, 2301-1174.
- Sugiyono. (2017). *Kerangka Berfikir Uma Sekaran Business Research*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi R&D)* (p. 772). Yogyakarta: ALFABETA, cv.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2016). *Retrospektif Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandar Lampung: Mitra Wacana Media.