



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 8677-8685

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan KDS Bojonegoro

Dwi Irnawati

Manajemen Ritel, Universitas Bojonegoro

Email: irna@unigoro.ac.id

Abstrak

KDS merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang cukup besar di Bojonegoro. KDS tidak hanya dikunjungi oleh konsumen yang ingin membeli kebutuhan pokok tetapi juga untuk bersantai dan bermain di tempat yang sudah disediakan. Konsumen lebih nyaman berada didalam Gedung KDS karena tanpa berpindah Gedung tetap bisa leluasa berbelanja, bersantai, makan, minum, dan bermain apabila bersama buah hati. Sehingga hal tersebut menjadi masalah supermarket yang lain tidak banyak pengunjung di Kabupaten Bojonegoro antara lain Bravo, Superindo, dan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian statistik deskriptif dan sifat penelitian merupakan deskriptif explanator. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi berganda dengan software SPSS 22. Hasil pertama menunjukkan kelengkapan produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Hasil kedua secara parsial kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Hasil ketiga penelitian menunjukkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Gaya hidup, kelengkapan produk, keputusan pembelian*

Abstract

KDS is one of the big shopping places in Bojonegoro. KDS is not only visited by consumers who want to buy basic necessities but also to relax and play in the place provided. Consumers are more comfortable in the KDS Building because without moving buildings they can still freely shop, relax, eat, drink, and play when with their children. So that this is another supermarket problem, there are not many visitors in Bojonegoro Regency, including Bravo, Superindo, and others. This study aims to analyze the influence of product completeness and lifestyle on purchasing decisions. This research is a descriptive statistical research and the nature of the research is a descriptive explanator. The data analysis method used is multiple regression analysis with SPSS 22 software. The first results show that product completeness and lifestyle simultaneously have a positive and significant effect. The second result is partial completeness of the product to the purchase decision. The results of the three studies showed that lifestyle had a significant effect on purchasing decisions.

Keyword: *Lifestyle, product completeness, purchase decision*

PENDAHULUAN

Latar belakang dalam penelitian ini yaitu KDS merupakan supermarket atau tempat perbelanjaan yang sangat ramai dikunjungi oleh penduduk Bojonegoro. Padahal banyak supermarket yang ada di Bojonegoro seperti Bravo, Superindo, Tip Top dll yang saat ini tidak begitu ramai di Bojonegoro, sehingga ini merupakan masalah bagi supermarket yang lainnya di Bojonegoro dan peneliti ingin menganalisis terkait kelengkapan produk di KDS dan gaya hidup masyarakat Bojonegoro apakah mempengaruhi Masyarakat Bojonegoro dalam menentukan tempat belanja. Karena menurut Kotler & Armstrong (2015) bahwa kelengkapan keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai aspek salah satunya yaitu kelengkapan produk dan gaya hidup. Kelengkapan produk merupakan sejauh mana sebuah supermarket menyediakan beragam produk dan merek yang memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Kelengkapan produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian karena konsumen lebih cenderung memilih toko yang menawarkan beragam pilihan. Kelengkapan produk dapat mencakup Jenis produk yang tersedia, Merek- merek yang ditawarkan, dan Kualitas produk. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di supermarket adalah konsep yang penting dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Ini mengacu pada sejauh mana beragam produk dan merek yang tersedia di supermarket memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut (Aminullah *et al.*, 2018) bahwa Berikut ini adalah beberapa cara bagaimana kelengkapan produk dapat memengaruhi keputusan pembelian

Pilihan yang Lebih Banyak Konsumen cenderung lebih memilih supermarket yang

menawarkan beragam pilihan produk. Dengan banyak pilihan, mereka memiliki lebih banyak kesempatan untuk menemukan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Ini dapat meningkatkan peluang mereka untuk membuat pembelian.

Kepuasan Konsumen Ketika konsumen menemukan semua produk yang mereka butuhkan dalam satu tempat, mereka merasa lebih puas dengan pengalaman belanja mereka. Kepuasan konsumen ini dapat mengarah pada pembelian yang lebih besar dan lebih sering di supermarket yang lengkap produknya.

Loyalitas Pelanggan Supermarket yang terkenal dengan kelengkapan produknya cenderung membangun base pelanggan yang lebih kuat. Konsumen yang puas dengan pengalaman belanja mereka di supermarket tersebut lebih mungkin untuk kembali berbelanja di sana, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Meningkatkan Nilai Rata-rata Transaksi Ketika konsumen menemukan banyak pilihan produk, mereka cenderung membeli lebih dari satu item. Ini dapat meningkatkan nilai rata-rata transaksi, yang menguntungkan bagi supermarket.

Persepsi Kualitas Keberagaman produk dapat mencerminkan kualitas toko. Jika sebuah supermarket memiliki banyak pilihan produk dan merek yang dikenal, konsumen mungkin akan mengasosiasikannya dengan toko yang berkualitas dan dapat dipercaya.

Pengaruh pada Keputusan Merek Kelengkapan produk juga memengaruhi pemilihan merek. Konsumen yang menemukan merek favorit mereka di supermarket akan lebih mungkin memilih untuk berbelanja di sana daripada di tempat lain.

Selain kelengkapan produk, **Gaya Hidup** juga mempengaruhi keputusan pembelian (Napitupulu, 2016). Gaya hidup adalah kumpulan perilaku, nilai, dan preferensi yang memandu keputusan konsumen. Gaya hidup individu dapat berpengaruh pada preferensi produk dan merek tertentu. Contoh faktor-faktor gaya hidup yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian di supermarket meliputi Pola makan dan diet, Prioritas kesehatan dan kebersihan, Kepentingan pada produk organik atau ramah lingkungan, Preferensi terhadap makanan dan minuman tertentu(misalnya, vegetarianisme atau veganisme) (Napitupulu, 2016).

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di supermarket adalah fenomena yang didasarkan pada pemahaman bahwa preferensi, nilai, dan perilaku gaya hidup individu memengaruhi pilihan produk dan merek yang mereka beli di supermarket. Berikut adalah beberapa cara bagaimana gaya hidup dapat memengaruhi keputusan pembelian di supermarket (songadji & sopiyah, 2013)

Preferensi Makanan dan Diet Gaya hidup sehat, seperti diet submissive, vegan, atau pola makan tertentu, dapat memengaruhi keputusan pembelian produk makanan.

Konsumen yang menganut gaya hidup vertebrate, misalnya, mungkin akan lebih memilih produk- produk tanpa daging atau produk organik.

Kesadaran Lingkungan Konsumen yang peduli pada isu lingkungan cenderung memilih produk yang ramah lingkungan atau memiliki marker sertifikasi seperti " organik" atau " lingkungan" dalam upaya mendukung nilai- nilai lingkungan mereka.

Gaya Hidup Aktif Orang yang menjalani gaya hidup aktif mungkin akan lebih suka membeli makanan sehat, seperti buah- buahan, sayuran, atau makanan rendah lemak, untuk mendukung pola makan mereka.

Prioritas Kesehatan Konsumen yang sangat mementingkan kesehatan mereka dapat memilih produk yang rendah gula, rendah garam, atau dengan marker kesehatan tertentu.

Gaya Hidup Etnis atau Budaya Gaya hidup yang dipengaruhi oleh budaya atau latar belakang etnis juga dapat memengaruhi preferensi makanan dan merek tertentu. Misalnya, masyarakat dengan latar belakang Asia mungkin lebih cenderung memilih produk makanan yang cocok dengan masakan tradisional mereka.

Gaya Hidup Kesukaan dan Hobi dan kesukaan individu, seperti memasak, memancing, atau berkebun, dapat memengaruhi keputusan pembelian produk dan perlengkapan terkait di supermarket.

Gaya Hidup Sosial Interaksi sosial dan pengaruh teman- teman dan keluarga juga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen dapat memilih produk yang populer di kalangan teman- teman mereka atau yang direkomendasikan oleh anggota keluarga.

Persepsi Merek Gaya hidup juga dapat memengaruhi cara konsumen memandang merek. Merek yang mencerminkan atau mendukung gaya hidup mereka mungkin akan lebih menarik bagi konsumen.

Menurut (Listyawati, 2017), "keputusan pembelian adalah Langkah-langkah dimana konsumen mempunyai keputusan dan bersedia untuk membeli atau menukarkan uang dan janji membayar atas hak untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan". Menurut (Sopiyan, 2019), Langkah-langkah dalam mengambil keputusan pembelian meliputi lima langkah yaitu pengenalan masalah, yaitu proses pembelian yang diawali ketika konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh stimulasi internal dan eksternal. Pencarian informasi merupakan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen termotivasi untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatiannya dan mungkin juga secara aktif mencari mencari informasi. Evaluasi alternatif adalah proses mengambil keputusan untuk membeli dengan menggunakan informasi yang tersedia bagi mereka untuk mengevaluasi merek alternatif yang berbeda berdasarkan sejumlah pilihan. Keputusan

pembelian adalah proses pengambilan keputusan dimana konsumen yakin untuk membeli produk. Perilaku pasca pembelian merupakan tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah melakukan pembelian berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasannya (Anggapratama & Irnawati, 2022) dan (Sudaryono, 2016).

Permasalahan dalam penelitian ini adalah supermarket KDS mendominasi pusat perbelanjaan di Bojonegoro. Sehingga supermarket lain tidak seramai KDS Bojonegoro. Pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis KDS Bojonegoro ditinjau dari seluruh produk yang ada dan gaya hidup pelanggan yang datang ke KDS Bojonegoro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pelanggan di supermarket khususnya di KDS Bojonegoro.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan deskriptif, karena untuk mengetahui pengaruh variabel kelengkapan produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KDS Bojonegoro di Jalan Jl. Stager No.90, Jambean, Sukorejo, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62115.

Populasi dan sampel

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan KDS Bojonegoro. Populasi penelitian sebanyak 2.000 orang. Sampel adalah himpunan bagian dari unit populasi (Syofian, 2013). Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 95,3 responden. Namun para peneliti kini mensurvei 150 orang untuk mengatasi kesalahan pengambilan sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Wawancara pelanggan KDS Bojonegoro dengan memberikan daftar pertanyaan untuk pelanggan KDS Bojonegoro dengan halaman subjek desk riset, khususnya dengan mengumpulkan dan meneliti data pendukung yang berkaitan dengan investigasi permasalahan yang didapat dari pelanggan KDS Bojonegoro.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari data manual yang diperoleh dari jawaban daftar pertanyaan yang diajukan kepada pelanggan sebagai responden di KDS Bojonegoro.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan uji hipotesis. Persamaan model matematika model jalur adalah sebagai berikut

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e_2 \dots\dots\dots (1)$$

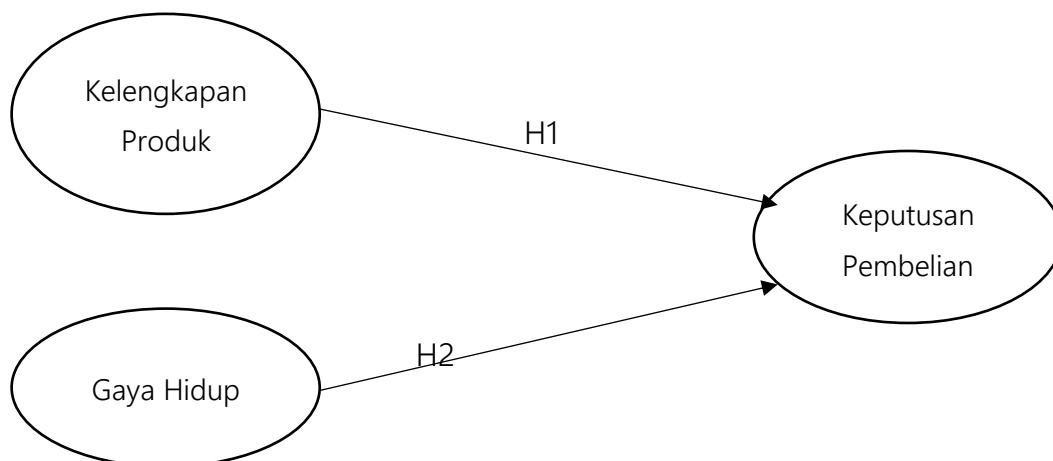
Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

(X₁) = Kelengkapan Produk

(X₂) = Gaya Hidup

e = error terms



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Secara Serempak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis secara bersamaan.

Tabel 1. Hasil Uji Simultan (Uji F) Model Regresi

	Sum		Mean		
Regression	4,213	2	1,404	5,921	,002b
Residual					
Total	9,733	41	,237		
	13,946	44			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), kelengkapan_produk, Gaya_hidup

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,002 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kelengkapan produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelengkapan produk dan gaya hidup menjadi sangat penting dalam dunia bisnis karena sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dalam suatu pusat perbelanjaan atau supermarket tersebut.

Penelitian ini merupakan kebaruan dari penelitian- penelitian sebelumnya yang menggabungkan antara kelengkapan produk dan gaya hidup yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di supermarket.

Penelitian ini mendukung penelitian (Hafidzi, 2013) bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian (Wijaya, 2017) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian satu persatu menguji pengaruh variabel independen yaitu kelengkapan produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara parsial(Uji- t) persamaan struktural dapat dilihat pada Tabel 2. :

Tabel 2. Hasil Uji t Variabel Dependen

	Unstandardized		Standardized		
		Std. Error	ed		
1 (Constant)	2,64				
Gaya_hidup	,182	,097	,249	1,875	,048
kelengkapan_produk	,169	,076	,291	2,223	,032

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan tabel 2 terlihat nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup agak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula kelas sosialnya. Hal ini terlihat dari keinginan banyak pelanggan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah. Penelitian ini mendukung penelitian (Wijaya, 2017) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan Tabel 2 terlihat nilai signifikansi sebesar 0,032 < 0,05 sehingga secara parsial dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap produk maka semakin banyak pula minat konsumen untuk membeli. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Aminullah *et al.*, 2018) dan (Widodo, 2016) bahwa kelengkapan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian orang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan: Secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di KDS Bojonegoro, Secara parsial kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di KDS Bojonegoro. Secara simultan kelengkapan produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan implikasinya bahwa kelengkapan produk atau wahana yang disediakan di pusat perbelanjaan atau sangat penting agar konsumen merasa nyaman dan mudah ketika ingin berpindah dari belanja kemudian ingin menikmati si Buah

hati bermain ataupun makan bersama dengan keluarga di *foodcourt* supermarket. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu bisa menambahkan variabel yang diteliti terkait harga, layanan, ataupun *layout* tempat perbelanjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alreza & Hafidzi. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart. *Jurnal EMBA*
- Aminullah, R., Suharto, A., Diansari, T., & Roisaminullahgmailcom, E. (2018). *Pengaruh Harga Lokasi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian*. 4(2), 204–218.
- Anggapratama, R., & Irnawati, D. (2022). Dampak Harga Dan Tempat Terhadap Pilihan Pelanggan Dalam Berbelanja Di KDS Department Store & Supermarket Bojonegoro. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(2), 135–139. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i2.204>
- Hafidzi, A. A. (2013). Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro). In *Skripsi Universitas Negeri Semarang*.
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. *Jbma, VOL IV*(2), 50–59.
- Napitupulu, Petrus. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbuck Focal Point Medan. *Skripsi Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis*
- Sangadji, E. M., & Sopiya, M. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Pipih Sopiyan mengubah perilaku masyarakat terutama sangat cepat terutama pada cara konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193–205.
- Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Syofian Siregar. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif", edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(17), 94–116.
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, Vol. 15(2), 79-88. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/833/1610>