

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

Oleh :

AGUNG BUDI LAKSONO
NIM. 11870114033

UIN SUSKA RIAU
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2022

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi S1 Manajemen*



Oleh :

AGUNG BUDI LAKSONO
NIM. 11870114033

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AGUNG BUDI LAKSONO
 NIM : 11870114033
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN
 PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
 PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI
 KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN
 KAMPAR.
 TANGGAL UJIAN : 18 NOVEMBER 2022

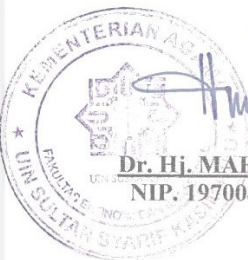
DISETUJUI OLEH
 DOSEN PEMBIMBING

NURRAHMI HAYANI, SE, MBA
 NIP. 19830324 201503 2 003

MENGETAHUI,

DEKAN

KETUA PROGRAM STUDI
 S1 MANAJEMEN



Dr. Hj. MAHYARNI, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001

ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2 018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AGUNG BUDI LAKSONO
 NIM : 11870114033
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR.
 TANGGAL UJIAN : 18 NOVEMBER 2022

TIM PENGUJI

KETUA PENGUJI
 ASTUTI MEFLINDA, SE, MM

SEKRETARIS
 YESSI NESNERI, SE, MM

PENGUJI I
 Dr. DONY MARTIAS, SE, MM

PENGUJI II
 SAIPUL AL SUKRI, SE, M.Si



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Agung Budi Laksono
 NIM : 11870114033
 Tempat/Tgl. Lahir : Kenantan, 29 Mei 1999
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : S1 Manajemen

Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~:

"Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 23 Desember 2021

mbuat pernyataan



AGUNG BUDI LAKSONO
 NIM : 11870114033

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR

Oleh

AGUNG BUDI LAKSONO

NIM. 11870114033

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternative tersebut untuk dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Ada pun tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisa Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.294 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 93 Responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis data regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji secara simultan dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian uji secara parsial, dari pengujian ini dapat diketahui bahwa Variabel Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan variabel Lokasi juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai R Square sebesar sebesar 0,395 atau sama dengan 39,5% dan sisanya 60,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kelengkapan Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT COMPLETENESS
AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS AT ADI VARIATION
STORE BANGKINANG DISTRICT, KAMPAR REGENCY**

By

AGUNG BUDI LAKSONO

NIM. 11870114033

Purchasing decision is a process in which the consumer recognizes the problem, seeks information about a particular product or brand and properly evaluates each of these alternatives to be able to solve the problem, which then leads to a purchase decision. The purpose of this study was to analyze price perceptions, product completeness and location that partially and simultaneously influence purchasing decisions at Adi Variation stores, Bangkinang District, Kampar Regency. The population in this study amounted to 1,294 people. The sampling technique in this study used the purposive sampling method, with a total sample of 93 respondents. The method used in this study is quantitative with multiple linear regression data analysis. Based on the simultaneous test results, it can be seen that the variables Price perception, Product Completeness and Location have an effect on purchasing decisions. Then the partial test, from this test it can be seen that the Price Perception Variable influences the purchasing decision, the Product Completeness variable influences the purchasing decision and the Location variable also has an influence on purchasing decisions. The R Square value is 0.395 or equal to 39.5% and the remaining 60.5% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Price Perception, Product Completeness, Location, Purchasing Decision.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar”. Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak baik moril maupun materiil, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini, maka patut dan swajarnya pada kesempatan ini, penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Mahmuzar, M. Hum Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN Suska Riau dan Ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

Ibu Nurrahmi Hayani, SE, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, ilmu serta waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, Semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas ilmu yang ibu berikan.

5. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan menjadi orang tua kedua selama penulis menuntut ilmu di UIN Suska Riau.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menuntut ilmu selama 8 (Delapan) semester ini.

7. Karyawan/Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau yang telah membantu penulis dalam hal administrasi selama ini.

8. Bapak Damianto dan Ibu Sunarti selaku Orang Tua yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta selalu mendo'akan penulis dari awal menjalankan perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini, dengan kasih sayang yang tulus dan ikhlas serta memberikan bantuan material, spiritual, dan moral yang tak akan dapat penulis balas jasanya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Ani Winarsih, S.T dan Aira Nadheera Sanadi selaku Kakak dan Ponakan yang selalu memberikan semangat ketika menjalani penulisan skripsi ini.
10. Leni Febriyanti selaku kekasih yang memberi dukungan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman selaku penyemangat yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini berjalan dengan lancar.

Semoga semua bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan menjadi amal baik yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua pihak yang membutuhkan.

Pekanbaru, 2022

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

AGUNG BUDI LAKSONO
NIM. 11870114033

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	8
2.2 Perilaku Konsumen	8
2.3 Keputusan Pembelian	9
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.3.2 Tahapan Pengambilan Keputusan	9
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	11
2.4 Persepsi Harga	11
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	11
2.4.2 Tujuan Penetapan Harga	12
2.4.3 Indikator Persepsi Harga	13



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Kelengkapan Produk	13
2.5.1 Pengertian Kelengkapan Produk	13
2.5.2 Dimensi Kelengkapan Produk	14
2.5.3 Indikator Kelengkapan Produk	14
2.6 Lokasi	15
2.6.1 Pengertian Lokasi	15
2.6.2 Pertimbangan Dalam Menentukan Lokasi	15
2.6.3 Indikator Lokasi	16
2.7 Pandangan Islam Tentang Variabel Penelitian	17
2.8 Penelitian Terdahulu	20
2.9 Kerangka Pemikiran	25
2.10 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	25
2.10.1 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.10.2 Hubungan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.10.3 Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.10.4 Hubungan Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.11 Definisi Operasional	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sumber Data	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Teknik Skala Pengukuran	35
3.5.2 Analisis Kuantitatif	35
3.5.3 Analisis Deskriptif	36
3.6 Uji Kualitas Data	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.7 Uji Asumsi Klasik	37
3.7.1 Uji Normalitas	37
3.7.2 Uji Multikolinieritas	38
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.8 Analisis Data	39
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.9 Uji Hipotesis	40
3.9.1 Uji T (Parsial)	40
3.9.2 Uji F (Simultan)	41
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV GAMBARAN OBYEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Toko Adi Variasi	43
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Bangkinang	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1	Karakteristik Responden	46
5.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
5.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
5.2	Deskriptif Variabel Penelitian	47
5.2.1	Variabel Keputusan Pembelian	47
5.2.2	Variabel Persepsi Harga	49
5.2.3	Variabel Kelengkapan Produk	50
5.2.4	Variabel Lokasi	52
5.3	Uji Kualitas Data	53
5.3.1	Uji Validitas	53
5.3.2	Uji Reliabilitas	55
5.4	Uji Asumsi Klasik	56
5.4.1	Uji Normalitas	56
5.4.2	Uji Multikolinieritas	57
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	58
5.5	Analisis Data	59
5.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	59
5.6	Uji Hipotesis	61
5.6.1	Uji T (Parsial)	61
5.6.2	Uji F (Simultan)	63
5.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5,7 Pembahasan Hasil Penelitian	66
5.7.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	66
5.7.2 Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
5.7.3 Pengaruh Lokasi (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian	67
5.7.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Adi Variasi	1
Tabel 1.2	Data Perbandingan Harga Produk	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2	Definisi Operasional	29
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	35
Tabel 4.1	Luas Desa/Kelurahan di Kecamatan Bangkinang	45
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 5.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keputusan Pembelian	48
Tabel 5.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Persepsi Harga	49
Tabel 5.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Kelengkapan Produk	51
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Lokasi	52
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas	54
Tabel 5.8	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 5.9	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 5.10	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 5.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 5.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 5.13 Hasil Uji T (Parsial)	62
Tabel 5.14 Hasil Uji F (Simultan)	64
Tabel 5.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 5.16 Nilai Koefisien Korelasi	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Adi Variasi merupakan salah satu usaha mandiri yang bergerak di bidang penjualan dan pemasangan aksesoris sepeda motor dan mobil, seperti sarung jok press, audio mobil, tv mobil, kenalpot racing, velg racing, setang motor, handgrip spotline dan lain-lain. Aksesoris tersebut tentunya memiliki berbagai macam merek dan mempunyai kualitas yang berbeda-beda. Toko Adi Variasi sendiri berlokasi di tepi jalan raya dan terdapat toko-toko lain yang juga menjual aksesoris sepeda motor dan mobil. Dengan adanya persaingan dengan toko lain, toko Adi Variasi harus mampu bersikap cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis untuk mempertahankan konsumen yang loyal dalam mengambil keputusan pembelian.

Berikut data konsumen yang membeli produk aksesoris pada toko adi variasi pada tahun 2018 - 2021 :

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Adi Variasi

No	Tahun	Total	Pertumbuhan
1	2018	1.346	-
2	2019	1.124	-
3	2020	1.187	5,31%
4	2021	1.294	12,09%

Sumber : Toko Adi Variasi Kec. Bangkinang, Kab. Kampar, 2022

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat Jumlah penjualan toko adi variasi dengan pertumbuhan persentase penjualan terbesar terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar 12,09%, jumlah penjualan terbanyak terjadi pada tahun 2018 yaitu sebanyak 1.346

orang. Bahkan pada tahun 2021 sendiri jumlah penjualan sebanyak 1.294 orang, dan kemungkinan akan terus meningkat. Hal ini membuktikan bahwa pembelian masyarakat di Kecamatan Bangkinang dan sekitarnya begitu besar dalam membeli produk aksesoris pada Toko Adi Variasi.

Keputusan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan (Sopiah, 2013). Menurut Usman Effendi (2016), keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan.

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Buchari, 2016). Persepsi Harga adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi merek (Sudaryono, 2014).

Berikut adalah daftar perbandingan harga produk aksesoris yang dijual pada toko adi variasi dengan toko pesaing setelah melakukan survei ke lokasi :

Tabel 1.2 Data Perbandingan Harga Produk

No	Jenis Produk	Toko Adi Variasi	Toko Panca Variasi
1	Lampu LED Putih	Rp. 65.000	Rp. 75.000
2	Sarung Jok Motor	Rp. 35.000	Rp. 40.000
3	GlassWoll Knalpot	Rp. 19.000	Rp. 25.000
4	Handgrip Ktc	Rp. 35.000	Rp. 38.000
5	Tv Mobil DHD	Rp. 340.000	Rp. 360.000
6	Audio Mobil Orca	Rp. 365.000	Rp. 370.000

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan data perbandingan harga produk pada tabel 1.2 yang diperoleh dari observasi peneliti terhadap toko adi variasi dengan toko pesaing, terlihat bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Toko Panca Variasi cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan harga pada Toko Adi Variasi. Hal yang menjadi pertimbangan paling mendasar bagi konsumen dalam berbelanja adalah tingkat harganya, karena harga menjadi hal paling sensitif di antara faktor yang lain. Hal ini berdasarkan produk yang dijual di kedua toko sama merek, kualitas dan jenisnya maka hal inilah yang menyebabkan timbulnya persepsi dibenak konsumen.

Kelengkapan produk adalah hal yang menyangkut kedalaman, luas, kualitas produk yang ditawarkan dan tersedianya produk tersebut setiap saat ditoko. Kelengkapan disini menyangkut banyak jenis produk yang ditawarkan, terdiri atas ragam variasi ukuran, ragam merek dan ketersediaan produk setiap harinya (**Utami, 2012**).

Menurut **Sunyoto (2015)**, Lokasi yang strategis yaitu dimana banyak calon pembeli. Dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Dengan adanya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau tersebut, tentunya akan mempengaruhi jumlah konsumen yang akan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan dengan latar belakang permasalahan di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Adi Variasi. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan

Judul, “Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar”

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar?
- b. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar?
- c. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar?
- d. Apakah Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menganalisa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Untuk menganalisa lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Untuk menganalisa persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan ini dapat memberikan manfaat yang positif, sebagai berikut :

Kegunaan Teoritis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk wawasan dan pengetahuan tentang Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Kegunaan Praktis, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat berbagai pihak, yaitu :

- a. Bagi penulis, diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pemahaman peneliti tentang pengaruh persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

- b. Bagi pengusaha, diharapkan sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi pengusaha dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam meningkatkan keputusan pembelian.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam, khususnya dalam pengukuran pengaruh persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk mempermudah penulisan dalam memahami penelitian ini, maka sistematika penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Adapun bagian dari bab tersebut sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan menguraikan beberapa teoritis yang melandasi penulisan ini, dan berhubungan dengan judul penelitian serta hipotesis yang merupakan jawaban terhadap permasalahan yang muncul dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini digunakan untuk menguraikan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sample, serta analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci sejarah dan gambaran mengenai objek penelitian.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis memaparkan tentang hasil dan pembahasan yang di peroleh selama penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi bagian penutup yang akan memuat tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) berasal dari kata *market* (pasar). Secara sederhana pasar dapat di pahami sebagai tempat di mana sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi tukar menukar barang. Pasar merupakan tempat di mana pelanggan dengan kebutuhan dan keinginannya bersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Menurut **Sunaengsih (2017)**, pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli kegiatan ini (**Khodijah, 2012**).

Menurut **Tjiptono (2014)**, perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Keputusan Pembelian

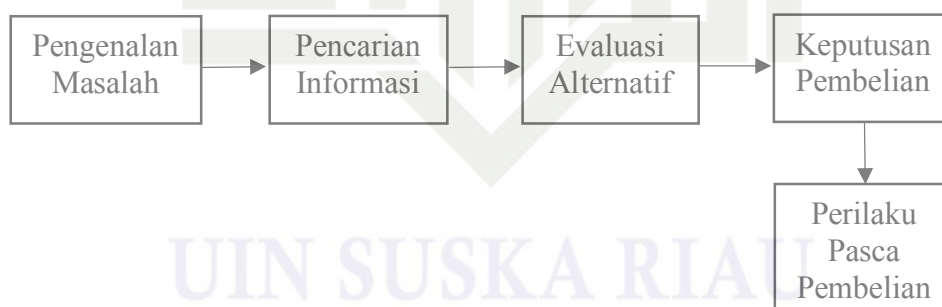
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. (Sopiah, 2013). Menurut Effendi (2016), keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan.

2.3.2 Tahapan Pengambilan Keputusan

Adapula tahapan keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari beberapa urutan kejadian, yaitu : Pengenalan Masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian



Sumber : Kotler & Keller (2016)

Secara rinci tahap-tahap tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah (*problem recognition*)

Merupakan proses pembelian dimulai pada saat pembeli mengenali adanya sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dicetuskan oleh adanya stimulus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

atau rangsangan internal atau eksternal. Dalam kasus pertama, dimana salah satu kebutuhan umum seseorang seperti adanya rasa lapar, haus mencapai titik tertentu dan akan menjadi sebuah dorongan. Dalam kasus kedua, kebutuhan dapat ditimbulkan oleh adanya stimulus atau rangsangan eksternal.

2. Pencarian Informasi (*information search*)

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak, maka konsumen akan mencari informasi yang berkaitan dengan keberadaan produk yang diinginkannya. Hal tersebut dilakukan bisa melalui iklan, brosur-brosur atau informasi dari teman atau bahkan mendatangi langsung ke tokonya.

3. Evaluasi Alternatif (*evaluation of alternative*)

Pada tahap ini konsumen melakukan penilaian dan seleksi terhadap alternatif-alternatif informasi produk yang telah diperoleh berdasarkan kesadaran dan rasio.

4. Keputusan Pembelian (*purchase decesion*)

Pada tahapan ini konsumen telah memperoleh alternatif dan telah membentuk preferensi atas merk-merk dari kumpulan pilihan. Konsumen juga telah membentuk niat untuk membeli produk yang paling memberikan kelebihan. Pada pembelian barang-barang/produk kebutuhan sehari-hari, melibakan sedikit keputusan dan pertimbangan.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*post purchase behavior*)

Merupakan tahap setelah konsumen membeli produk. Pada tahap ini konsumen merasakan atau mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk yang sudah dibeli, akan mempengaruhi perilaku

selanjutnya yaitu adanya kemungkinan untuk membeli kembali jika konsumen puas atau sebaliknya jika tidak puas akan mengembalikan produk bahkan melakukan keluhan atau pengaduan

2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Adriansyah (2012)** indikator keputusan pembelian yaitu :

1. Tujuan dalam membeli sebuah produk.
2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek.
3. Kemantapan pada sebuah produk.
4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
5. Melakukan pembelian ulang.

2.4 Persepsi Harga

2.4.1 Pengertian Persepsi Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (**Buchari, 2016**). Menurut **Kotler dan Keller (2014)**, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut **Sudaryono (2018)**, Persepsi Harga adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi merek. Dengan memahami informasi harga, tentu konsumen akan mulai menentukan harga mana yang sebaiknya menjadi pilihan terbaik dalam melakukan keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut **Tjiptono (2015)**, terdapat beberapa hal yang menjadi tujuan penetapan harga, yaitu :

1. Tujuan berorientasi pada laba

Ini didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. Dalam kondisi persaingan yang ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit untuk dilakukan. karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

2. Tujuan berorientasi pada volume

Tujuan ini berorientasi pada volume dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar. Misalnya, biaya operasional pemasangan jalur telepon untuk satu rumah tidak berbeda jauh dengan biaya pemasangan untuk lima rumah. Selain itu tujuan ini juga banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan tour and travel, perusahaan bioskop, pemilik perusahaan bisnis pertunjukan lainnya.

3. Tujuan berorientasi pada citra.

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Biasanya perusahaan yang menetapkan harga tinggi, ingin membentuk citra yang mewah dan berkelas terhadap produk dan perusahaan di kalangan masyarakat. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perusahaan fashion ternama atau perusahaan otomotif yang terkenal akan kendaraan-kendaraan mewahnya. Sebaliknya, harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.

4. Tujuan stabilisasi harga

Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan menetapkan harga untuk dapat mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Penetapan harga dapat juga bertujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.4.3 Indikator Persepsi Harga

Menurut **Dinawan (2010)**, Indikator persepsi harga yaitu :

1. Perbandingan harga dengan produk lain, yaitu bagaimana perbandingan harga produk dengan produk pesaingnya.
2. Kesesuaian harga dengan dengan kualitas produk, yaitu apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.
3. Keterjangkauan harga, yaitu adalah keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen ke konsumen.

2.5 Kelengkapan Produk

2.5.1 Pengertian Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk adalah hal yang menyangkut kedalaman, luas, kualitas produk yang ditawarkan, dan tersedianya produk tersebut setiap saat ditoko (**Utami,**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2012). Menurut **Kotler (2012)**, Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

2.5.2 Dimensi Kelengkapan Produk

Menurut **Utami (2017)** komponen yang paling kritis adalah menentukan keberagaman produk dagangan yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Maka ritel dapat melakukan beberapa pilihan berikut :

a. Variasi

Variasi adalah sejumlah kategori barang-barang yang berada di dalam toko atau departemen. Toko dengan banyak jenis dapat dikatakan mempunyai keleluasaan yang bagus. Istilah keleluasaan (*breadth*) dan jenis (*variety*) sering digunakan saling menggantikan untuk menunjukkan keleluasaan barang dagangan.

b. Keberagaman

Keberagaman (*assortment*) merupakan sejumlah SKU dalam kategori. Toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman (*depth*) yang juga dapat digunakan untuk saling menggantikan.

c. Ketersediaan produk

Dapat didefinisikan sebagai persentase permintaan untuk beberapa SKU yang memuaskan. Kemudian produk juga dapat berarti level pendukung atau level pelayanan.

2.5.3 Indikator Kelengkapan Produk

Menurut **Kotler & Armstrong (2011)**, mengungkapkan bahwa indikator dari kelengkapan produk meliputi :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Merek produk, merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan.
- b. Kelengkapan produk, sejumlah kategori barang yang berbeda didalam toko. Toko yang banyak jenis atau tipe produk yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori yang ditawarkan.
- c. Ukuran produk atau keragaman, yaitu sejumlah kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas.
- d. Kualitas produk, merupakan standart kualitas umum dalam kategori barang yang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

2.6 Lokasi

2.6.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (**Utami, 2012**).

Sedangkan menurut **Sunyoto (2015)**, Lokasi yang strategis yaitu dimana banyak calon pembeli. Dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual.

2.6.2 Pertimbangan Dalam Menentukan Lokasi

Menurut **Tjiptono (2011)** Pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama :

- a. Banyaknya lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering kali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan/atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
- b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap layanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulans.

4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun empat.

5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing.

8. Peraturan pemerintah.

2.6.3 Indikator Lokasi

Menurut **Senggetang et al (2019)** indikator-indikator lokasi adalah sebagai berikut :

1. Akses, lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan atau jarak pandang normal.
4. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman yang baik bagi kendaraan roda dua dan juga bagi kendaraan roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk pelebaran atau perluasan usaha dikemudian hari

2.7 Pandangan Islam Tentang Variabel Penelitian

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan “amanah” dari Allah SWT kepada manusia sebagai khalifah di muka bumi ini, untuk dipergunakan sebesar- besarnya bagi kesejahteraan umat manusia. Untuk mencapai tujuan yang suci ini Allah tidak meninggalkan manusia sendirian tetapi diberikan petunjuk melalui para Rosulnya. Dalam petunjuk ini Allah memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia, baik “aqidah”, “ahlak” maupun “syariah”.

Manusia berada dalam kerugian manakala ia tidak beriman kepada tuhan yang menciptakan alam semesta beserta isinya termasuk dirinya. Selain itu manusia juga berada dalam kerugian jika tidak beramal shalih meskipun kaya harta, tinggi jabatan, luas ilmunya kecuali ia beriman dan beramal shalih dengan ikhlas karena Allah SWT semata. Disamping beriman dan beramal shalih manusia membutuhkan ilmu yang agar dapat mencapai kehidupan yang bahagia lahir dan bathin serta selamat dunia akhirat. Allah swt berfirman :

وَالْعَصْرُ ۚ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ ۚ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصُوا

بِالْحَقِّ ۗ وَتَوَّصُوا بِالصَّبْرِ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal sholih dan saling menasihati supaya menaati kebenaran dan saling menasihati supaya menepati kesabaran.” (QS. Al-‘Ashr: 1-3).*

Ketika menafsirkan surat Al-Ashr ini, Imam Asy Syafi’i rahimahullah dalam kitab tafsirnya mengatakan :

لَوْ تَدَبَّرَ النَّاسُ هَذِهِ السُّورَةَ لَوْسَعَتْهُمْ

Artinya : *“Seandainya setiap manusia merenungkan surat ini, niscaya hal itu akan mencukupi untuk mereka.” (Tafsir Ibnu Katsir 8/499).*

Syaikh Muhammad bin Sholih Al ‘Utsaimin rahimahullah berkata, *“Maksud perkataan Imam Syafi’i adalah surat ini telah cukup bagi manusia untuk mendorong mereka agar memegang teguh agama Allah dengan beriman, beramal sholih, berdakwah kepada Allah, dan bersabar atas semua itu. Beliau tidak bermaksud bahwa manusia cukup merenungkan surat ini tanpa mengamalkan seluruh syari’at. Karena seorang yang berakal apabila mendengar atau membaca surat ini, maka ia pasti akan berusaha untuk membebaskan dirinya dari kerugian dengan cara menghiasi diri dengan empat kriteria yang tersebut dalam surat ini, yaitu beriman, beramal shalih, saling menasehati agar menegakkan kebenaran (berdakwah) dan saling menasehati agar bersabar” (Syarh Tsalatsatul Ushul).*

Dalam surat ini menjelaskan bahwa seluruh manusia benar-benar berada dalam kerugian. Kerugian yang dimaksud dalam ayat ini bisa bersifat mutlak, artinya seorang merugi di dunia dan di akhirat, tidak mendapatkan kenikmatan dan berhak untuk dimasukkan ke dalam neraka. Bisa jadi ia hanya mengalami kerugian dari

satu sisi saja. Oleh karena itu, dalam surat ini Allah menggeneralisir bahwa kerugian pasti akan dialami oleh manusia kecuali mereka yang memiliki empat kriteria dalam surat tersebut.

Untuk dapat mencapai hasanah (kebahagiaan) dunia dan akhirat dibutuhkan tiga perkara yang bersumber dari Al-Qur'an dan as-Sunnah dengan pemahaman ulama yang sangat besar takutnya kepada Allah SWT seperti imam Abu Hanifah, Imam Malik, Imam Syafi'i dan Imam Ahmad bin Hanbal disamping ulama lainnya.

Agar manusia dapat meraih keberuntungan dan kebahagiaan dengan maksud kebutuhan hidup atau keinginannya, menurut Islam wajib berjihad di jalan Allah SWT dengan memahami hakekat rahmat dan cara mencapainya, mengambil rizki yang halal dengan cara yang dibenarkan dan mencari hidayah dan menerimanya

Berdasarkan penjelasan diatas, pemenuhan kebutuhan atau keinginan manusia tidak lepas dari kodrat manusia sebagai makhluk ciptaan Allah, yang diatur secara syariat oleh agama Islam dimana manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya harus berprinsip kemashalatan atau usaha dalam rangka untuk memperoleh kebaikan di dunia dan diakhirat dengan tetap berada di jalan Allah SWT.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun penelitian terdahulu yang telah menjadi bahan rujukan adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul (Peneliti)	Publikasi Jurnal	Variabel	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Pengaruh Harga Kompetitif, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Indojaya Agrinusa Medan. (Emi Arihta Br. Tarigan)	Journal Economy And Currency Study (JECS)	Variabel Independen : - Harga Kompetitif (X_1) - Kelengkapan Produk (X_2) - Lokasi (X_3) Variabel Dependen : - Keputusan Pembelian (Y)	- Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda	Variabel harga kompetitif, kelengkapan produk dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	- Lokasi dan Waktu Penelitian - Variabel Independen : Harga Kompetitif (X_1)
2	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Tb. Rejeki Agung Surabaya. (Nadhifia Hibatullah)	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)	Variabel Independen : - Lokasi (X_1) - Kualitas Pelayanan (X_2) - Keragaman Produk (X_3) - Harga (X_4) Variabel Dependen : - Keputusan Pembelian (Y)	- Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda	Variabel lokasi, kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	- Lokasi dan Waktu Penelitian - Variabel Independen : Kualitas Pelayanan (X_2), Keragaman Produk (X_3) dan Harga (X_4)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau		Hak cipta milik UIN Suska Riau				
3	<p>Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Minimal Ladás Di Matahari Megamall Manado). (Nilly Yuliani Kaawoan)</p>	Jurnal EMBA	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keragaman Produk (X_1) - Persepsi Harga (X_2) - Strategi Promosi (X_3) <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian (Y) 	<p>- Metode</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda 	<p>Variabel keragaman produk, persepsi harga, dan strategi promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun secara parsial keragaman produk dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan.</p>	<p>Penelitian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen : Keragaman Produk (X_1) dan Strategi Promosi (X_3)
4	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket di Pangkal Pinang. (Hasuna Eriyanti)</p>	Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JEM)	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan (X_1) - Variasi Produk (X_2) - Harga (X_3) - Lokasi (X_4) <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian (Y) 	<p>- Metode</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuantitatif - Analisis Regresi Data Panel 	<p>Variabel kualitas pelayanan, variasi produk, harga dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	<p>Lokasi dan Waktu Penelitian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen : Kualitas Pelayanan (X_1), Variasi Produk (X_2) dan Harga (X_3) - Analisis Regresi Data Panel
5	<p>Pengaruh Layout, Kelengkapan Produk, Dan Persepsi Harga</p>	Jurnal Cendekia Ilmiah (J-CEKI)	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Layout (X_1) - Kelengkapan Produk (X_2) - Persepsi Harga (X_3) 	<p>- Metode</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda 	<p>Variabel layout, kelengkapan produk, dan persepsi harga secara parsial dan simultan berpengaruh</p>	<p>Lokasi dan Waktu Penelitian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen : Layout (X_1)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

<p>6</p> <p>Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado.</p> <p>(Vania Sengetang)</p>	<p>Jurnal EMBA</p>	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda 	<p>Variabel lokasi, promosi dan persepsi harga secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi dan Waktu Penelitian - Variabel Independen : Promosi (X₂)
<p>7</p> <p>Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Waroeng Steak 76 Palmerah.</p> <p>(Salman Paludi)</p>	<p>Equilibrium : Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persepsi Harga (X₁) - Lokasi (X₂) - Kualitas Produk (X₃) <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Pembelian (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda 	<p>Variabel persepsi harga, lokasi dan kualitas produk Secara parsial dan simultan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi dan Waktu Penelitian - Variabel Independen : Kualitas Produk (X₃)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau

8	Pengaruh Persepsi Harga, Varian, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor). (Odrick Helsar L. Tobing)	Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)	Variabel Independen : - Persepsi Harga (X_1) - Varian (X_2) - Kualitas Produk (X_3) Variabel Dependen : - Keputusan Pembelian (Y)	- Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda	Persepsi harga, varian produk dan kualitas produk secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	Penelitian - Variabel Independen : Varian (X_2) dan Kualitas Produk (X_3)
9	Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado Di Masa Pandemi Covid-19. (Treysi Sonia Wongkai Jacobus)	Jurnal EMBA	Variabel Independen : - Kelengkapan Produk (X_1) - Harga (X_2) - Promosi (X_3) Variabel Dependen : - Keputusan Pembelian (Y)	- Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda	Variabel kelengkapan produk, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelengkapan produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.	- Lokasi dan Waktu Penelitian - Variabel Independen : Harga (X_2) dan Promosi (X_3)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

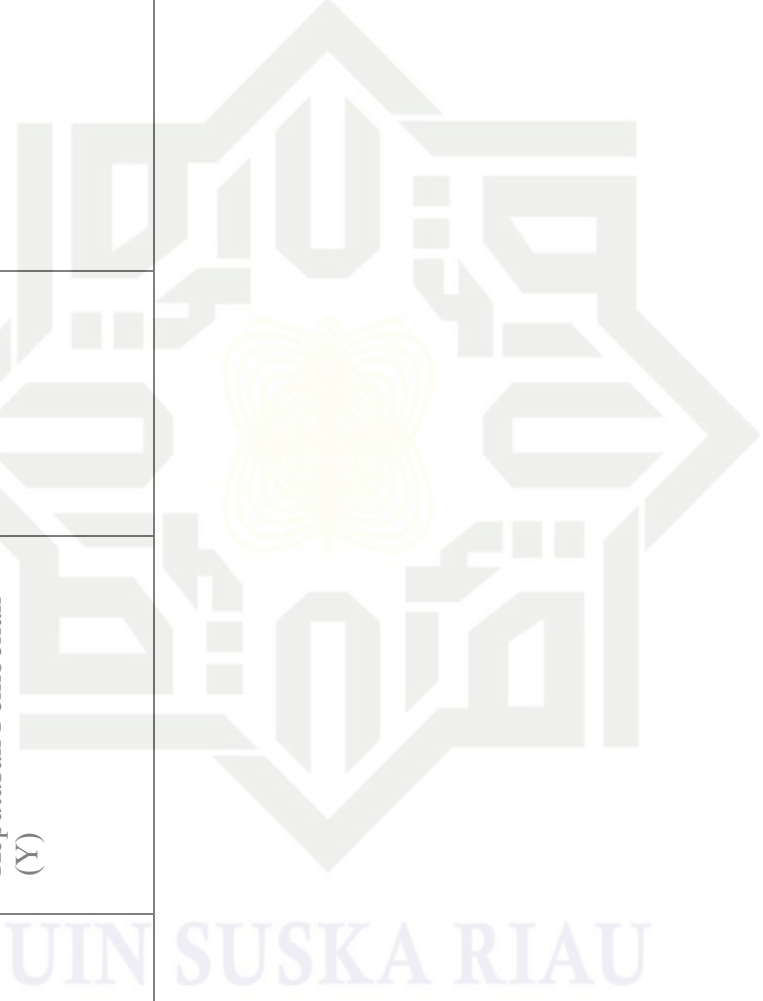
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

01	Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Serba 45.000 Ditenggarong) (Winda Hapsari)	Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia (JEMI)	Variabel Independen : - Mutu Produk (X_1) - Persepsi Harga (X_2) - Variasi Produk (X_3) Variabel Dependen : - Keputusan Pembelian (Y)	- Metode Kuantitatif - Analisis Regresi Linear berganda	Variabel mutu produk, persepsi harga dan variasi produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.	Penelitian - Variabel Independen : Mutu Produk (X_1) dan Variasi Produk (X_2)
----	--	---	--	--	--	--

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



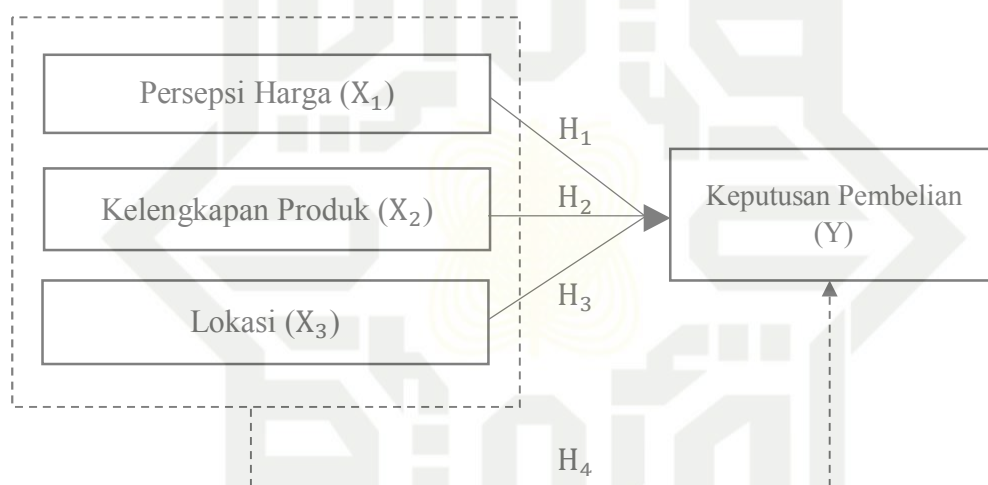
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang diajukan untuk penelitian ini berdasarkan pada landasan teori yang telah dijelaskan diatas. Untuk dapat mudah memahami tentang kerangka pemikiran penelitian ini, maka dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini :

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- : Pengaruh Secara Parsial
- - - - -> : Pengaruh Secara Simultan

2.10 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis dapat ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan, sehingga perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10.1 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (**Buchari, 2016**). Menurut **Sudaryono (2018)**, Persepsi Harga adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi merek.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Hapsari (2021)**, yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan memahami informasi harga, tentu konsumen akan mulai menentukan harga mana yang sebaiknya menjadi pilihan terbaik dalam melakukan keputusan pembelian.

Hipotesis untuk penelitian ini berdasarkan uraian diatas, yaitu :

H_1 : Diduga persepsi harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

2.10.2 Hubungan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kelengkapan produk adalah hal yang menyangkut kedalaman, luas, kualitas produk yang ditawarkan, dan tersedianya produk setiap saat ditoko (**Utami, 2012**). Menurut **Kotler (2012)**, Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Fitriani (2019)**, kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Yang menemukan bahwa variabel kelengkapan produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa semakin lengkap produk yang ditawarkan maka akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis untuk penelitian ini berdasarkan uraian diatas, yaitu :

H_2 : Diduga kelengkapan produk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

2.10.3 Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba karena pada lokasi yang tepat sebuah gerai akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis meskipun sama-sama menjual produk yang sama (Swastha, 2012). Menurut Sunyoto (2015), Lokasi yang strategis yaitu dimana banyak calon pembeli. Dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah (2018), yang menyatakan bahwa bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada dasarnya, konsumen selalu memilih lokasi toko yang strategis dan mudah dijangkau. Dengan adanya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk melakukan keputusan untuk melakukan keputusan pembelian.

Hipotesis untuk penelitian ini berdasarkan uraian diatas, yaitu :

H_3 : Diduga lokasi (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

2.10.4 Hubungan Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Persepsi Harga, kelengkapan produk dan lokasi di indikasikan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan harga normal suatu produk dan juga manfaat maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Kelengkapan produk yang disediakan pada setiap toko juga memberikan makna yang dalam bagi konsumennya, bila produk yang ditawarkan beragam variasi ukuran, merek dan jenisnya maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian dikarenakan terdapat banyak pilihan. Pada faktor lokasi juga memiliki peran penting. Karena lokasi yang mudah dijangkau dan memiliki visibilitas yang bagus secara tidak langsung akan mempengaruhi untuk melakukan keputusan pembelian.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2021) yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis untuk penelitian ini berdasarkan uraian diatas, yaitu :

H_4 : Diduga Persepsi Harga (X_1), Kelengkapan Produk (X_2) dan Lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.11 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, memungkinkan penelitian untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek.

Tabel 2.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan. Effendi (2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk. 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang. Adriansyah (2012)	<i>Likert</i>
2	Persepsi Harga (X_1)	Persepsi Harga adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi merek. Sudaryono (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbandingan harga dengan produk lain, yaitu bagaimana perbandingan harga produk dengan produk pesaingnya. 2. Kesesuaian harga dengan dengan produk, yaitu apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan. 3. Keterjangkauan harga, yaitu adalah keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen ke konsumen. Dinawan (2010)	<i>Likert</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Kelengkapan Produk (X_2)	Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko Utami (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek produk. 2. Kelengkapan produk. 3. Ukuran produk atau keragaman. 4. Kualitas produk. Kotler & Armstrong (2011)	<i>Likert</i>
4	Lokasi (X_3)	Lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Sunyoto (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses. 2. Visibilitas. 3. Tempat parkir yang luas. 4. Ekspansi. Senggetang et al (2019)	<i>Likert</i>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat atau wilayah dimana peneliti akan melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada toko Adi Variasi Jl. Lintas Petapahan – Bangkinang, Bukit Payung, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar dengan objek penelitian adalah Seberapa besar keputusan pembelian konsumen yang berpengaruh pada persepsi harga, kelengkapan produk, dan lokasi yang ada pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. Penelitian ini dimulai pada November 2021 hingga Maret 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data dan informasi yang lengkap sangat dibutuhkan. Untuk itu jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu :

a. Jenis Data

Menurut **Sugiyono (2018)**, data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/*scoring*

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, menurut **Sugiyono (2018)**, adalah :

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Yang merupakan data mentah dan berupa data tanggapan dari

responden mengenai faktor Persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi yang disebar melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari Google, Google Scholar, Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar, dan lain-lain.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Metodenya adalah dengan melakukan survei konsumen, yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen di Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Menurut **Sugiyono (2018)**, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data :

a. Kuesioner

Menurut **Sugiyono (2018)**, Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga

cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Menurut **Sugiyono (2018)**, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk aksesoris pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar pada Tahun 2021 dengan jumlah sebesar 1.294 orang.

b. Sampel

Menurut **Sugiyono (2018)**, sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut **Sugiyono (2018)**, *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan sampel dengan menyebarkan kuisioner secara acak kepada masyarakat Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar dan sekitarnya.

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Konsumen Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar dengan kelompok usia 18 tahun keatas.
- 2) Konsumen Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Karena jumlah populasi diketahui, maka untuk menentukan sampel penulis menerapkan teori *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 10%

$$= \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{1.294}{1 + 1.294 (10\%)^2}$$

$$= \frac{1.294}{1 + 1.294 (0,10)^2}$$

$$= \frac{1.294}{1 + 1.294 (0,01)}$$

$$= \frac{1.294}{1 + 12,94}$$

$$= \frac{1.294}{13,94} = \underline{92,82} \text{ atau dibulatkan menjadi } 93 \text{ responden.}$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

3.5.1 Teknik Skala Pengukuran

Untuk mengukur tanggapan dan pendapat dari responden dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2018), Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal.

Setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) alternatif jawaban, maka untuk itu penulis menempatkan nilai (bobot) pada setiap masing – masing alternatif jawaban yang dipilih sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang berupa koesioner dalam bentuk angka – angka dalam perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan program aplikasi SPSS versi 25. Penelitian ini bersifat kuantitatif yang bertujuan mencari pengaruh signifikan secara parsial dan simultan.

3.5.3 Analisis Deskriptif

Menurut **Sugiyono (2018)**, Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden (berdasarkan usia dan pekerjaan).

3.6 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total (**Ghozali, 2018**).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} pada tabel kolom *corrected/total correlation* dengan nilai r_{tabel} untuk ketentuan *degree of freedom* (df) = $n-2$, di mana (n) adalah jumlah sampel (Ma'sumah, 2019).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan adalah ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner atau untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya.

Untuk mengetahui reliabilitas seluruh instrumen dilakukan dengan menggunakan uji *cronbach alpha*. Untuk melihat tingkat reliabilitas kita harus melihat angka dalam tabel *cronbach alpha*. Standar ukur dapat dikatakan *reliabel* atau suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai dari *cronboach alpha* lebih dari 0,6 (Ghozali, 2018).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linear. Dalam penelitian harus bebas dari asumsi klasik sebagaimana dijelaskan sebagai berikut :

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki harus terdistribusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

normal. Untuk menguji normalitas residual, dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sample kolmogorov smirnov test*.

Untuk mengukur uji normalitas dilakukan dengan melihat nilai *asympt. sig (2-tailed)* $> (\alpha = 0,05)$. Jika tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data mempunyai distribusi normal, begitu pula sebaliknya (**Ghozali, 2018**).

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas (independen). Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*). Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Standar ukur uji multikolinieritas yaitu jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas (**Ghozali, 2018**).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Untuk mendeteksinya dalam suatu model regresi, yaitu dengan melakukan uji *glejser*. Gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya (e). Jika nilai

probabilitas signifikansinya lebih besar dari nilai ($\alpha = 0,05$) maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.8 Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses atau upaya untuk mengolah data menjadi informasi yang baru.

3.8.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ma'sumah, 2019). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Rumus persamaan umum regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian Konsumen

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi 1 variabel Persepsi Harga

β_2 : Koefisien regresi 2 variabel Kelengkapan Produk

β_3 : Koefisien regresi 3 variabel Lokasi

X_1 : Persepsi Harga

X_2 : Kelengkapan Produk

X_3 : Lokasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: Tingkat Kesalahan (*error*)

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel dan memberikan dasar untuk membuat keputusan terkait dengan populasinya.

3.9.1 Uji T (Parsial)

Dalam penelitian ini dilakukan uji t atau uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Untuk menentukan nilai t_{tabel} digunakan persamaan sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2:n-k-1)$$

Keterangan:

- α : Nilai probabilitas (0,05)
- n : Jumlah sampel penelitian
- k : Jumlah variabel yang mempengaruhi

Untuk menghitung besarnya t_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_i \frac{b_j}{s_{b_j}}$$

Keterangan:

- t_i : nilai hitung
- b_j : koefisien regresi
- s_{b_j} : standar error koefisien regresi

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t kriteria untuk penolakan dan penerimaan hipotesis adalah dapat dilakukan dengan berdasarkan perbandingan

nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan dengan berdasarkan nilai signifikansi (sig) yaitu sebagai berikut :

- a. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Dalam hal ini maka tidak terdapat pengaruh variabel persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- b. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau jika nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dalam hal ini maka terdapat pengaruh variabel persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian (**Ghozali, 2018**).

3.9.2 Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini dilakukan uji F atau uji serentak pada dasarnya uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y) serta untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik atau signifikan maupun tidak baik atau tidak signifikan. Untuk menentukan nilai

F_{tabel} , digunakan persamaan sebagai berikut :

$$F_{tabel} = F(k; n - k)$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel penelitian
- k : Jumlah variabel yang mempengaruhi

Standar ukur dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat dilakukan dengan berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dan dengan berdasarkan nilai signifikansi (sig) yaitu sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Dalam hal ini maka tidak terdapat pengaruh variabel persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi (X) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dalam hal ini maka terdapat pengaruh variabel persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi (X) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) (Ghozali, 2018).

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai *R square* berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti memiliki hubungan yang kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0, maka memiliki hubungan yang lemah (Ghozali, 2018).

Menurut Sugiyono (2018), standar ukur pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

- a. 0,00 - 0,199 = sangat rendah
- b. 0,20 - 0,399 = rendah
- c. 0,40 - 0,599 = sedang
- d. 0,60 - 0,799 = kuat
- e. 0,80 - 1,000 = sangat kuat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Toko Adi Variasi

Toko Adi Variasi merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan dan pemasangan produk aksesoris di Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. Didirikan pada 23 maret 2012, dimana seorang wirausahawan mendirikan sebuah usaha penjualan aksesoris sepeda motor dan mobil. Pemilik usaha ini bernama Hasito Hadi Permana dan istri yang bernama Maya Lista Sari.

Bapak Hasito Hadi Permana pada awalnya menempati sebuah tempat kecil sebagai tempat usahanya yang hanya menjual produk kecil-kecilan seperti stiker, pergantian sarung jok press dan pemasangan lis pada sepeda motor. Namun seiring dengan perkembangan zaman. Bapak Hasito Hadi Permana melakukan perubahan pada tempat usahanya dengan menambah barang dagangannya.

Tahun 2014 beliau sudah berhasil menambah barang dagangan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumennya. Kemudian tempat usaha tersebut diberi nama Adi Variasi. Nama Adi sendiri diambil sepenggal dari nama beliau yaitu Hadi. Menambahkan nama tokonya dengan kata (Variasi) maka toko dinilai sudah mampu menjual berbagai produk aksesoris dan barang-barang lainnya.

Tahun 2019 Bapak Hasito Hadi Permana memutuskan untuk menyewa sebuah ruko untuk melakukan perluasan terhadap tempat usahanya. Perluasan tersebut dimaksudkan untuk dapat memberikan kenyamanan pada konsumennya ketika berbelanja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tahun 2021 toko Adi Variasi menambah perluasan kembali terhadap tokonya dengan menyewa sebuah ruko untuk penempatan produk aksesoris mobil tepat bersebelahan dengan ruko aksesoris sepeda motor. Upaya tersebut dilakukan untuk pengadaan barang atau penambahan kelengkapan produk agar konsumen dapat menemukan produk yang dibutuhkan atau diinginkan.

4.2 Gambaran Umum Kecamatan Bangkinang

Kecamatan Bangkinang merupakan Kecamatan yang baru berdiri yang diresmikan pada tanggal 16 Desember 2006 yang dahulu bernama Kecamatan Seberang yang terpisah dari kecamatan induknya yaitu Kecamatan Bangkinang Kota. Pemecahan Kecamatan ini berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar nomor 22 Tahun 2003 tanggal 10 November 2003 tentang Pembentukan Kecamatan Bangkinang Seberang, Salo, Kampar Utara, Rumbio Jaya, Kampar Timur, Kampar Kiri Tengah, Gunung Sahilan, dan Perhentian Raja.

Pemekaran Kecamatan ini karena tuntutan akan peningkatan pelayanan masyarakat agar lebih dekat menyentuh kepada semua kalangan dan masyarakat Bangkinang inilah yang benar-benar warga Bangkinang Asli atau penduduk yang berdarah Bangkinang dan hanya sebagian kecil yang merupakan pendatang kecuali untuk desa transmigrasi, sedangkan warga Bangkinang Kota kebanyakan adalah penduduk pendatang dari luar Bangkinang Kota. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar No 8 tahun 2013 ditetapkan perubahan nama Kecamatan Bangkinang Seberang menjadi Kecamatan Bangkinang sampai saat ini.

Adapun batas-batas wilayah yang ada didekat Kecamatan Bangkinang, Batas-batas ini meliputi :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sebelah Utara berbatasan dengan kecamatan Tapung,
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Bangkinang Kota,
3. Sebelah Barat berbatasan dengan kecamatan Salo,
4. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Kampar Utara.

Tabel 4.1 Luas Desa/Kelurahan di Kecamatan Bangkinang

No	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah
1	Pulau Lawas	875
2	Muara Uwai	2.312
3	Pulau	623
4	Pasir Sialang	2.463
5	Bukit Sembilan	816
6	Laboy Jaya	2.444
7	Suka Mulya	1.515
8	Bukit Payung	1.640
9	Binuang	400
Jumlah		13.088

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar Tahun 2016

Desa/Kelurahan yang terluas dikecamatan Bangkinang adalah Kelurahan Pasir Sialang dengan luas sekitar 24,63 Km² atau 18,82% dari luas wilayah kecamatan Bangkinang. Kecamatan Bangkinang dilalui oleh Sungai Kampar ± 3 Km. Bangkinang mempunyai 7 desa dan 2 Kelurahan. Mayoritas penduduk di Kecamatan Bangkinang bekerja disektor pertanian, yaitu perkebunan, serta pertanian tanaman padi dan palawija.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. Dari rumusan masalah, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.
- c. Berdasarkan hasil penelitian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.
- d. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi harga, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga yang sudah ditetapkan toko Adi Variasi sudah dapat dikatakan bagus sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang didapatkan oleh konsumen. Saran peneliti, sebaiknya dari segi penetapan harga perlu dipertahankan sehingga konsumen selalu melakukan pembelian produk aksesoris pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Kelengkapan produk pada toko Adi Variasi sudah dinilai baik dan mampu menyediakan beragam produk yang memudahkan konsumen dalam mencari barang yang akan dibelinya. Saran peneliti, sebaiknya dari segi kelengkapan produk perlu dipertahankan karena konsumen lebih memilih toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar sebagai tempat melakukan keputusan pembelian.

Lokasi pada toko Adi Variasi sudah dinilai baik dalam pemilihan lokasinya sehingga konsumen dapat memili akses yang mudah dan nyaman ketika ingin melakukan pembelian. Saran peneliti, sebaiknya dari segi lokasi perlu dipertahankan. Karena lokasi usaha sudah cukup strategis dan memiliki tempat parkir yang luas sehingga konsumen melakukan pembelian pada toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar.

Bagi peneliti lain, masih sangat terbuka peluang untuk melakukan penelitian serupa dan disarankan memilih atau menambahkan variabel lain yang lebih banyak, seperti tata letak produk dan kualitas pelayanan karena masih ada 60,5% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga penelitian ini dapat berkembang dan mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Saputra, E. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Retrieved from <http://repository.uin-suska.ac.id/52272>
- A. Senjani, D. (2020). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Di Giant Supermarket Kota Magelang*. Universitas Muhammadiyah Magelang. Retrieved from <http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/2203>
- Adriansyah, M. A., & Aryanto, R. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian J & C Cookies*. *Manajemen*, 1, 1–11.
- Al-Alhafizh Ibnu Hajar al-Asqalani. (2018). *Al-Qur'an & Terjemahannya A5*. Pustaka Darul Haq.
- Aminullah, R., Suharto, A., & Diansari, T. (2018). *Pengaruh Harga Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 204–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1762>
- Arihta Br. Tarigan, E., & Samosir, S. H. (2022). *Pengaruh Harga Kompetitif, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Indojoya Agrinusa Medan*. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 4(2), 32–50. <https://doi.org/http://doi.org/10.51178/jecs.v4i2.667>
- B. Prihantoko, V. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir Dan Eceran Buntu Banyumas)*. Institut Agama Islam Negeri. Retrieved from

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9137>

Buchari, A. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.

Effendi, U. (2016). *Psikologi konsumen*. (A. R. Batubara, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Eriyanti, H., & Kusmadeni, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket di Pangkalpinang*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEM)*, 7(1), 1–14. Retrieved from <http://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/103/93>

Fatimah, F. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital (Studi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Balung Lor Balung Jember)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v3i1.782>

Fauzi, U. (2018). *Kebutuhan Manusia Perspektif Al- Qur'an dan Sunnah*. Al-Ashriyyah, 4(01), 96–112. Retrieved from <https://jurnal.nuruliman.or.id>

Ghozali Imam. (2018). *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan)*. In Semarang, Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hapsari, W., Palinggi, Y., & Idham. (2021). *Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Serba 45.000 diTenggarong)*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia (JEMI)*, 21(2), 140–154. <https://doi.org/http://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.972>

Helsar, O., Tobing, L., & Setiawan, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Varian dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 8(2), 95–104. <https://doi.org/http://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.330>

Hibatullah, N., & Khuzaini. (2019). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di TB. Rejeki Agung Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(11), 1–18. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/2616/2625>

Hilal, S. (2014). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telaah Pemikiran Ibnu Taimiyah)*. *Asas*, 6(2), 16–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/asas.v6i2.1718>

Juni Priansa, D. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.

Khodijah, S., & Saino. (2014). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Kapal Roro Gili Iyang Rute Bawean-Paciran*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(3), 1–19. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/9103>

Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. (Philip Kotler Gary Armstrong, Ed.) (12th & 13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Marketing an Introduction* (10th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

M.B. Ardialis & N. Hayani. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Lazada*. Jurnal IJBEM, 2(1), 1-8. <http://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>

Ma'sumah, S. (2019). *Kumpulan Cara Analisi Data: Beserta Contoh Judul dan Hipotesis Penelitian*. Banyumas: Cv. Rizquna.

Masibbuk, I., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2019). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan di Kota Manado)*. Jurnal EMBA, 7(1), 411–420. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22382>

Nur Fitriani, A. (2022). *Pengaruh Layout, Kelengkapan Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Sembako Dua Putri Kab. Tasikmalaya)*. Jurnal Cendekia Ilmiah (J-CEKI), 1(5), 567–572. <https://doi.org/http://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.972>

Paludi, S., & Juwita, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi, 18(01), 41–53. <https://doi.org/http://doi.org/10.25134/equi.v18i01>.

Pusat Statistik Kabupaten Kampar, B. (2016). *Kecamatan Bangkinang 2016* (1st ed.). Bangkinang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar. Retrieved from <https://kamparkab.bps.go.id/publication/2016/09/26>

Rhendria Dinawan, M. (2010). *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. Universitas Diponegoro. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/23755/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. W. Jacobus, T., Lumanauw, B., & Ch. Kawet, R. (2022). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105. <https://doi.org/http://doi.org/10.35794/emba.v10i4.42492>
- Senggetang, V., L. Mandey, S., & Moniharapon, S. (2019). *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881 – 890. <https://doi.org/http://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Sopiah, Sangadji, & Mamang, E. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (9th ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sudaryono. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentra Ilmu Cendiaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaengsih, C. (2017). *Buku Ajar Pengelolaan Pendidikan*. Sumedang: UPI Sumedang Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar manajemen pemasaran : konsep, strategi, dan kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen bisnis ritel : teori, praktik, dan kasus ritel*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Guepedia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

W. Utami, C. (2012). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.

W. Utami, C. (2017). *Manajemen ritel Strategi dan implemantasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Y. Kaawoan, N., N Tawas, H., & Ch Kawet, R. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladis di Matahari MegaMall Manado)*. *Jurnal EMBA*, 10(2), 510–520. <https://doi.org/http://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40049>

Zunaidi, A. (2015). *Pemasaran Batik Madura Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus pada Batik “Jokotole” di Bangkalan Madura)*. *Dinar*, 1(2), 19–38. Retrieved from <https://journal.trunojoyo.ac.id/dinar/article/view/2689>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 1

KUISIONER

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Kepada :

Bapak/ibu yang terhormat,

Dalam rangka melaksanakan penelitian untuk skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR”**. Untuk mendapatkan data penelitian yang diperlukan, saya mohon partisipasi Bapak/ibu untuk mengisi Kuisisioner ini. Jawaban yang Bapak/ibu berikan insya'allah dijamin kerahasiaannya, atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Agung Budi Laksono
11870114033

- A. Data responden (petunjuk : beri tanda ceklis (✓) pada jawaban yang anda pilih)
 1. Nama/Inisial :
 2. Usia :
 3. Pekerjaan :
- B. Petunjuk pengisian daftar pernyataan
 1. Pilihlah jawaban pernyataan dibawah ini yang sesuai dengan sikap saudara dan kesesuaian dengan kondisi yang sebenarnya.
 2. Saudara dapat memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban SS, S, N, TS, dan STS pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

 - a. SS : Sangat Setuju
 - b. S : Setuju
 - c. N : Netral
 - d. TS : Tidak Setuju
 - e. STS : Sangat Tidak Setuju



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

A. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya akan datang ke Toko Adi Variasi untuk membeli produk yang dibutuhkan atau diinginkan.					
2	Saya sudah menelusuri beberapa tempat sebelum saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi.					
3	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi dengan mempertimbangkan berbagai hal. (harga, kualitas produk, dll).					
4	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi karena rekomendasi dari orang lain.					
5	Saya akan berbelanja kembali ke Toko Adi Variasi karena memiliki manfaat dan kegunaan dari produk yang dibeli.					

B. Persepsi Harga

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi lebih rendah dari harga pesaing.					
2	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan atau diinginkan.					
3	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi sangat terjangkau oleh semua kalangan.					



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Toko Adi Variasi menyediakan produk dengan berbagai merek yang bervariasi sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan atau diinginkan.					
2	Toko Adi Variasi menyediakan beraneka ragam jenis barang yang dibutuhkan atau diinginkan.					
3	Toko Adi Variasi mempunyai persediaan barang yang memadai untuk dijual.					
4	Kualitas produk yang dijual pada Toko Adi Variasi terbilang mempunyai kualitas atau ketahanan umur yang baik dalam masa penggunaannya.					

D. Lokasi

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Lokasi Toko Adi Variasi mudah dijangkau transportasi.					
2	Toko Adi Variasi mempunyai lokasi yang cukup strategis sehingga akses menuju ke lokasi sangat mudah.					
3	Lokasi Toko Adi Variasi memiliki tempat parkir yang luas sehingga memudahkan alat transportasi kendaraan roda dua maupun roda empat untuk berparkir.					
4	Toko Adi Variasi memiliki tempat yang luas sehingga memungkinkan untuk dapat menambah perluasan tempat terhadap usahanya.					



HASIL KUISIONER

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Persepsi Harga (X1)				Kelengkapan Produk (X2)								Lokasi (X3)				Keputusan Pembelian (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total	
1	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	
2	4	5	5	14	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	23	
3	4	4	4	12	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	23	
4	5	5	4	14	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	5	5	5	5	5	25	
5	5	4	4	13	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	23	
6	4	4	4	12	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	3	5	22	
7	5	4	4	13	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	24	
8	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	
9	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	
10	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	
11	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	
12	5	4	4	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	
13	5	5	4	14	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	
14	5	4	5	14	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	5	4	5	4	4	22	
15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	
16	5	4	4	13	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	4	5	4	4	4	21	
17	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	4	21	
18	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	23	
19	5	5	4	14	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	
20	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

21	5	5	5	5	4	4	5	4	4	18	4	4	5	4	4	17	5	5	5	4	24
22	5	4	3	12	5	5	4	4	4	18	5	5	4	4	4	18	4	4	5	4	22
23	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	21
24	5	4	4	13	5	4	5	5	5	19	5	4	5	4	4	19	5	4	5	5	24
25	4	4	4	12	4	4	5	5	5	18	4	4	4	4	5	18	4	4	5	4	21
26	4	5	4	13	5	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	18	5	5	5	5	25
27	5	5	5	15	4	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	19	5	5	5	5	25
28	4	4	4	12	3	3	3	4	4	13	4	3	3	3	3	13	4	4	3	3	17
29	5	5	5	15	4	5	4	3	4	16	4	4	5	4	4	17	4	5	4	4	21
30	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	20
31	4	5	5	14	4	4	3	2	5	13	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	25
32	4	4	4	12	4	4	5	4	4	18	4	4	4	5	5	18	4	4	5	4	22
33	5	5	4	14	5	5	4	3	5	17	5	5	4	5	4	18	5	4	5	4	22
34	5	5	5	15	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	19	5	5	5	5	25
35	5	5	5	15	5	5	5	5	4	20	4	4	4	5	4	17	4	5	5	5	24
36	4	4	3	11	4	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	19	5	5	5	5	25
37	4	5	4	13	5	5	4	4	4	18	5	4	5	4	5	19	4	4	4	4	20
38	5	3	5	13	4	5	4	2	4	15	4	4	4	3	3	14	5	4	4	3	21
39	5	5	3	13	4	3	3	4	3	14	3	3	3	4	3	13	4	4	5	4	20
40	5	4	4	13	5	5	4	5	4	19	4	4	5	4	4	17	5	4	4	5	22
41	5	5	5	15	5	4	5	5	4	19	4	4	5	4	5	18	5	5	4	4	22
42	5	4	5	14	5	4	4	5	4	18	4	4	5	5	4	18	4	4	4	5	21
43	3	3	4	10	5	3	4	5	5	17	5	5	5	5	4	19	5	5	5	5	25
44	4	5	4	13	4	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	20
45	5	5	4	14	4	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	18	4	4	3	5	20
46	5	4	5	14	4	4	5	4	5	18	5	4	5	4	3	17	5	5	3	3	21
47	5	4	4	13	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	18	4	4	5	5	23

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

57	5	4	4	5	14	5	5	4	4	5	5	4	4	5	19	4	5	4	5	4	4	17	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	23
76	4	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	16	5	5	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	
77	5	5	5	5	15	5	5	4	4	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	19	5	5	4	4	4	4	4	4	4	23	
78	5	4	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	4	4	4	25	
79	4	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	
80	5	1	2	5	8	5	5	5	5	20	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	4	14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	
81	5	4	5	4	14	4	4	4	4	18	5	5	5	5	18	4	4	4	4	4	18	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	22	
82	5	4	5	4	14	5	4	5	4	18	5	5	5	5	18	5	4	4	4	4	18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	23	
83	4	5	4	5	13	4	4	4	4	16	5	4	4	4	16	5	4	4	4	4	18	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	23	
84	4	5	4	4	13	4	4	4	4	18	5	5	5	5	18	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	
85	4	4	5	4	13	5	4	4	5	18	5	3	4	4	18	5	4	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21	
86	4	3	4	4	11	4	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	24	
87	5	5	4	4	14	5	5	4	4	19	5	4	3	2	14	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	17	
88	5	4	4	4	13	4	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21
89	3	1	2	4	6	5	5	4	4	19	5	5	5	5	19	4	4	4	4	4	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	24
90	5	4	4	4	13	4	4	4	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	17	4	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	19	
92	5	5	4	4	14	5	5	5	4	19	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21
93	5	5	4	4	14	4	4	4	4	17	5	3	5	5	17	4	4	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3

REKAPITULASI DATA KUISIONER

A. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Saya akan datang ke Toko Adi Variasi untuk membeli produk yang dibutuhkan atau diinginkan.	50	41	2	0	0	93
2	Saya sudah menelusuri di beberapa tempat sebelum saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi.	51	39	3	0	0	93
3	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi dengan mempertimbangkan berbagai hal. (harga, kualitas produk, dll).	44	44	5	0	0	93
4	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko Adi Variasi karena rekomendasi dari orang lain.	45	40	8	0	0	93
5	Saya akan berbelanja kembali ke Toko Adi Variasi karena memiliki manfaat dan kegunaan dari produk yang dibeli.	46	40	7	0	0	93
Jumlah		236	204	25	0	0	465
Persentase		50,7%	43,9%	5,4%	0%	0%	100%

B. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Persepsi Harga

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi lebih rendah dari harga pesaing.	50	38	5	0	0	93
2	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan atau diinginkan.	39	45	5	2	2	93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Harga produk yang ditawarkan Toko Adi Variasi sangat terjangkau oleh semua kalangan.	35	50	4	3	1	93
Jumlah		124	133	14	5	3	279
Persentase		44,4%	47,7%	5%	1,8%	1,1%	100%

C. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Toko Adi Variasi menyediakan produk dengan berbagai merek yang bervariasi sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan atau diinginkan.	45	46	2	0	0	93
2	Toko Adi Variasi menyediakan beraneka ragam jenis barang yang dibutuhkan atau diinginkan.	43	45	5	0	0	93
3	Toko Adi Variasi mempunyai persediaan barang yang memadai untuk dijual.	39	50	4	0	0	93
4	Kualitas produk yang dijual pada Toko Adi Variasi terbilang mempunyai kualitas atau ketahanan umur yang baik dalam masa penggunaannya.	41	43	7	2	0	93
Jumlah		168	184	18	2	0	372
Persentase		45,2%	49,5%	4,8%	0,5%	0%	100%

D. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Lokasi

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Lokasi Toko Adi Variasi mudah dijangkau transportasi.	56	36	1	0	0	93
2	Toko Adi Variasi mempunyai lokasi yang cukup strategis sehingga akses menuju ke lokasi sangat mudah.	49	38	6	0	0	93
3	Lokasi Toko Adi Variasi memiliki tempat parkir yang	45	42	6	0	0	93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	luas sehingga memudahkan alat transportasi kendaraan roda dua maupun roda empat untuk berparkir.						
4	Toko Adi Variasi memiliki tempat yang luas sehingga memungkinkan untuk dapat menambah perluasan tempat terhadap usahanya.	33	51	7	2	0	93
	Jumlah	183	167	20	2	0	372
	Persentase	49,2%	44,9%	5,4%	0,5%	0%	100%



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 4

KARAKTERISTIK RESPONDEN

A. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	18-25 Tahun	43	46,2%
2	26-35 Tahun	30	32,3%
3	36-45 Tahun	16	17,2%
4	46-55 Tahun	4	4,3%
Total		93	100%

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pelajar	32	34,4%
2	Mahasiswa	19	20,4%
3	Wirausaha	12	12,9%
4	Wiraswasta	5	5,4%
5	Buruh	9	9,7%
6	Petani	16	17,2%
Total		93	100%



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 5

UJI KUALITAS DATA

Uji Validitas

Validitas Y (Keputusan Pembelian)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	,504**	,398**	,214*	,281**	,698**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,040	,006	,000
	N	93	93	93	93	93	93
Y2	Pearson Correlation	,504**	1	,287**	,027	,302**	,615**
	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,797	,003	,000
	N	93	93	93	93	93	93
Y3	Pearson Correlation	,398**	,287**	1	,438**	,337**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005		,000	,001	,000
	N	93	93	93	93	93	93
Y4	Pearson Correlation	,214*	,027	,438**	1	,253*	,605**
	Sig. (2-tailed)	,040	,797	,000		,014	,000
	N	93	93	93	93	93	93
Y5	Pearson Correlation	,281**	,302**	,337**	,253*	1	,666**
	Sig. (2-tailed)	,006	,003	,001	,014		,000
	N	93	93	93	93	93	93
TOTALY	Pearson Correlation	,698**	,615**	,742**	,605**	,666**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	93	93	93	93	93	93

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas X1 (Persepsi Harga)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,399**	,407**	,693**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	,399**	1	,631**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	,407**	,631**	1	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	93	93	93	93
TOTALX1	Pearson Correlation	,693**	,867**	,857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	93	93	93	93

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Validitas X2 (Kelengkapan Produk)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,351**	,380**	,370**	,731**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000
	N	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	,351**	1	,344**	,200	,667**
	Sig. (2-tailed)	,001		,001	,055	,000
	N	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	,380**	,344**	1	,261*	,692**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,011	,000
	N	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	,370**	,200	,261*	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,055	,011		,000
	N	93	93	93	93	93
TOTALX2	Pearson Correlation	,731**	,667**	,692**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	93	93	93	93	93

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas X3 (Lokasi)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,292**	,273**	,309**	,628**
	Sig. (2-tailed)		,004	,008	,003	,000
	N	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	,292**	1	,257*	,254*	,643**
	Sig. (2-tailed)	,004		,013	,014	,000
	N	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	,273**	,257*	1	,540**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,008	,013		,000	,000
	N	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	,309**	,254*	,540**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,003	,014	,000		,000
	N	93	93	93	93	93
TOTALX3	Pearson Correlation	,628**	,643**	,749**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	93	93	93	93	93

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	5

Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	3

Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,639	4

Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,655	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 6

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,53937858
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,073
	Negative	-,046
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,810	2,292		2,535	,013		
	Persepsi Harga (X1)	,187	,093	,170	2,005	,048	,948	1,055
	Kelengkapan Produk (X2)	,206	,101	,175	2,044	,044	,925	1,081
	Lokasi (X3)	,588	,098	,508	5,980	,000	,940	1,063

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,858	1,286		2,223	,029
	Persepsi Harga (X1)	-,100	,052	-,203	-1,912	,059
	Kelengkapan Produk (X2)	-,001	,057	-,001	-,013	,989
	Lokasi (X3)	-,017	,055	-,032	-,302	,763

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 7

HASIL ANALISIS DATA

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	5,810	2,292		2,535	,013
	Persepsi Harga (X1)	,187	,093	,170	2,005	,048
	Kelengkapan Produk (X2)	,206	,101	,175	2,044	,044
	Lokasi (X3)	,588	,098	,508	5,980	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 8

UJI HIPOTESIS

Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,810	2,292		2,535	,013
	Persepsi Harga (X1)	,187	,093	,170	2,005	,048
	Kelengkapan Produk (X2)	,206	,101	,175	2,044	,044
	Lokasi (X3)	,588	,098	,508	5,980	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142,268	3	47,423	19,360	,000 ^b
	Residual	218,011	89	2,450		
	Total	360,280	92			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Persepsi Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,628 ^a	,395	,374	1,565

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Persepsi Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2)

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 9

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AGUNG BUDI LAKSONO
 NIM : 11870114033
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN
 PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
 PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI
 KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN
 KAMPAR.
 TANGGAL UJIAN : 18 NOVEMBER 2022

TIM PENGUJI

KETUA PENGUJI
 ASTUTI MEFLINDA, SE, MM

SEKRETARIS
 YESSI NESNERI, SE, MM

PENGUJI I
 Dr. DONY MARTIAS, SE, MM

PENGUJI II
 SAIPUL AL SUKRI, SE, M.Si



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 10
SURAT IZIN RISET



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H.R. Soebrantas No. 55 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail. : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00/9/2267/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 24 Mei 2022 M
22 Syawwal 1443 H

Kepada
Yth. Pemilik Toko Adi Variasi
Kecamatan Bangkinang Sebrang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Agung Budi Laksono
NIM. : 11870114033
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang Seberang Kabupaten Kampar."** Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Hj. Mulyarni, SE, MM
NIP. 19700826 199903 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 11
SURAT BALASAN

ADI VARIASI

Jl. Lintas Petapahan – Bangkinang, Bukit Payung, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten
Kampar, Riau, 28463

Hal : **Balasan**
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hasito Hadi Permana
Jabatan : Pemilik Toko Adi Variasi

Menerangkan bahwa,

Nama : Agung Budi Laksono
NIM : 11870114033
Jurusan : Manajemen (Pemasaran)
Institusi : UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Telah kami setuju yang bersangkutan untuk melakukan penelitian ditoko Adi Variasi dengan permasalahan dan judul :

“Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar”

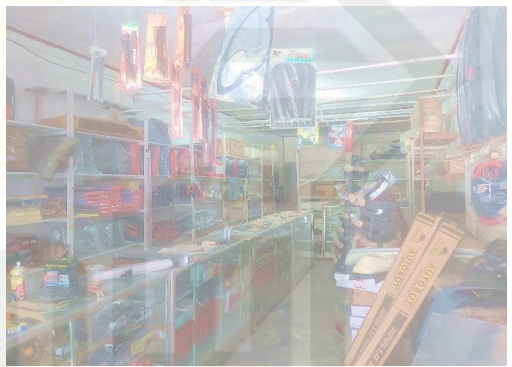
Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Bangkinang Seberang, 7 Juni 2022
Hormat Kami,
Pemilik Toko Adi Variasi



Hasito Hadi Permana

LAMPIRAN 12 DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Agung Budi Laksono atau akrab disapa Agung, Lahir di desa Kenantan, 29 Mei 1999, Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, pasangan dari ayahanda Damianto dan ibunda Sunarti dan juga mempunyai kakak perempuan bernama Ani Winarsih, S.T.

Riwayat pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis ialah pendidikan di SDN 031 Kenantan, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Riau pada tahun 2006-2012. Pendidikan di SMPN 6 Tapung, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Riau pada tahun 2012-2015. Pendidikan SMKN 1 Tapung Jurusan Otomotif Teknik Sepeda Motor, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Riau pada tahun 2015-2018. Penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau Program Studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selama perkuliahan, penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ADI VARIASI KECAMATAN BANGKINANG, KABUPATEN KAMPAR”**. Pada tanggal 18 November 2022 penulis mengikut ujian *oral comprehensive* secara *offline* dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyanggah gelar Sarjana Ekonomi (S.E).