EJAK Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak
P - ISSN 2774 - 4930
E - ISSN 2807 - 1786

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)
Available online at: https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak

Vol. 5, No. 1, Februari 2025, pp. 30-34

FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BANGUNAN AGUNG MATERIAL: HARGA, PRODUK, ATAU PELAYANAN?

FACTORS DETERMINING PURCHASE DECISIONS AT AGUNG MATERIAL BUILDING STORE: PRICE, PRODUCT, OR SERVICE?

Rini Apriliawati[1], Nurul Tri Wulandari[2],Nasrullah[3]

[1,2,3] Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tuah Negeri
riniapriliawati03@gmail.com[1], nurultriwulandari97@gmail.com[2], nasrullah280319@gmail.com[3]

Info Artikel

Article history:
Submite : 13 Februari 2025
Revisi : 14 Februari 2025
Diterima :14 Februari 2025

Keywords:
Price
Product completeness
Servis quality
Purchase decisions

ABSTRACT

This research analyzes the influence of price, product completeness, and service quality on purchase decisions at Agung Material Building Store, Bukit Timah. Utilizing a quantitative research method and an associative approach, the study involved 60 respondents out of a total population of 150 consumers. Data was collected through questionnaires, observations, and documentation.The results of the regression analysis indicate that price has a significant positive effect ($\beta = 0.395$, $p = 0.004$) on purchase decisions. Additionally, service quality also shows a significant positive effect ($\beta = 0.253$, $p = 0.010$). However, product completeness did not show a significant influence ($\beta = 0.009$, $p = 0.937$) on purchase decisions.These findings suggest that consumers place more importance on price and service quality when making purchase decisions, while product completeness is less of a determining factor. The simultaneous test (F-test) shows that collectively, price, product completeness, and service quality significantly influence purchase decisions.

Kata Kunci:
Harga
Kelengkapan Produk
Kualitas pelayanan
Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Agung Material, Bukit Timah. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan asosiatif, penelitian ini melibatkan 60 responden dari total populasi 150 konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan ($\beta = 0.395$, $p = 0.004$) terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kualitas pelayanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0.253$, $p = 0.010$). Namun, kelengkapan produk tidak menunjukkan pengaruh signifikan ($\beta = 0.009$, $p = 0.937$) terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan harga dan kualitas pelayanan dalam mengambil keputusan pembelian, sementara kelengkapan produk kurang menjadi faktor penentu. Secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KorespondensiPenulis:
Nasrullah
Prodi Manajemen
Stie Tinggi Ilmu Ekonomi Tuah Negeri
nasrullah280319@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.

1. PENDAHULUAN

Toko bangunan memainkan peran penting dalam mendukung industri konstruksi dan renovasi, menyediakan berbagai bahan bangunan yang diperlukan dalam pembangunan dan perbaikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) Kelompok Bangunan mengalami kenaikan 0,42% pada Januari 2024 dibandingkan Januari 2023, menunjukkan adanya peningkatan harga beberapa bahan bangunan seperti pasir, batu split, dan batu fondasi.

EJAK Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak
P - ISSN 2774 - 4930
E - ISSN 2807 - 1786

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)
Available online at: https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak

Vol. 5, No. 1, Februari 2025, pp. 30-34

Fenomena ini berdampak pada dinamika perdagangan di toko bangunan di Indonesia.

Sebagai tempat penyediaan berbagai produk bahan bangunan, toko bangunan tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi, tetapi juga sebagai penyedia solusi dan informasi bagi arsitek, kontraktor, dan masyarakat umum. Variasi produk yang ditawarkan—termasuk kualitas, harga, dan kelengkapan produk—serta layanan tambahan seperti pengiriman dan pemasangan, menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen, yang dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan layanan yang diberikan, memiliki dampak besar terhadap keberlangsungan usaha.

Toko Bangunan Agung Material, yang didirikan oleh Bapak Subali pada tahun 2017, merupakan salah satu contoh usaha yang bergerak di bidang ini. Meskipun memiliki berbagai produk yang lengkap, Toko Bangunan Agung Material mengalami fluktuasi pendapatan penjualan dalam tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian target penjualan masih menjadi tantangan besar bagi toko tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko bangunan, terutama terkait dengan harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan, guna membantu usaha ini dalam mencapai target penjualannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Toewaldus Aristo (2022) mengatakan bahwa harga merupakan alat tukar dengan sejumlah nilai mata uang yang ditetapkan oleh penjual dan harus dibayarkan oleh konsumen atas barang atau jasa yang telah diterima, sehingga penjual memperoleh keuntungan dari produk yang dipasarkannya.

Indikator Harga

Menurut Amilia *et al* dalam (Nia Agusvia, 2022) yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
   Konsumen dalam menentukan barang/jasa yang ingin dibeli, pasti akan mempertimbangkan harga, apakah harga tersebut terjangkau atau tidak apabila membelinya. Secara kenyataan, konsumen sebelum membeli suatu produk, dalam mencari harga produk yang menurutnya terjangkau.
2. Kesesuaian harga
   Pada umumnya, konsumen dalam membeli produk juga akan memperhatikan kualitas produk dengan harganya apakah sesuai atau tidak. Hal ini konsumen akan merasa keberatan apabila dengan kualitas yang biasa saja, harga produk tersebut relatif mahal. Konsumen dapat menemukan kualita bagus dan harga yang relatif murah dengan kualitas yang murah.
3. Daya saing harga
   Harga jual produk pada perusahaan dalam menentapkan dapat meneliti dan mempertimbangkan harga pasaran produk tersebutt di luar agar bisa bersaing dengan pesaing lainnya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
   Konsumen terkadang lebih mementingkan manfaat produk dari pada memperhatikan harga yang ada.

Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ada pada toko dan situasi tersebut bisa menjadikan pembeli baru menjadi pelanggan tetap yang akan berbelanja ditoko tersebut karena konsumen cenderung akan kehilangan kepercayaan ketika suatu tempat perbelanjaan mengalami kekosongan persediaan atas produk yang diinginkan oleh konsumen (Onciana Wangu, 2022).

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dalam Melisa *et al* (2021) yaitu:

1. Kemantapan pada sebuah produkPelanggan akan melakukan sebuah pembelian jika produk tersebut bagus digunakan oleh pelanggan.

2. Kebutuhan dan keinginan suatu produk Pelanggan dapat melakukan pembelian apabila produk itu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

3. Memberian rekomendasi kepada orang lain Pelanggan pasti memberikanr ekomendasi kepada pelanggan baru jika pelanggan sebelumnya merasa puas dengan apa yang pelanggan gunakan

3. METODE

Jenis Penelitian yang ada dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dinyatakan dalam bentuk angka dari data-data tersebut (Tukiran dalam Bima Maulana Santoso, 2024). Sifat Penelitian pada penelitian ini adalah asosiatif. penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dalam penelitian ini maka bisa dibangun sebuah teori yang bisa digunakan untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol sebuah gejala penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat (Bima Maulana Santoso,

EJAK Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak
P - ISSN 2774 - 4930
E - ISSN 2807 - 1786

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)
Available online at: https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak

Vol. 5, No. 1, Februari 2025, pp. 30-34

2024). Lokasi pada penelitian ini adalah Toko Bangunan Agung Material yang berada di Kelurahan Bukit Timah KM 7. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko bangunan Agung Material yang berjumlah 150 konsumen dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, pengamatan observasi dan dokumentasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Hasil Uji Validitas Variabel X1(Harga)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Validitas
Butir 1	0.666	0.214	Valid
Butir 2	0.650	0.214	Valid
Butir 3	0.538	0.214	Valid
Butir 4	0.597	0.214	Valid
Butir 5	0.589	0.214	Valid
Butir 6	0.649	0.214	Valid
Butir 7	0.579	0.214	Valid
Butir 8	0.537	0.214	Valid

Sumber : olahan spss 2025

Table 2. Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Kelengkapan Produk)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Validitas
Butir 1	0.679	0.214	Valid
Butir 2	0.742	0.214	Valid
Butir 3	0.500	0.214	Valid
Butir 4	0.746	0.214	Valid
Butir 5	0.685	0.214	Valid
Butir 6	0.671	0.214	Valid
Butir 7	0.729	0.214	Valid
Butir 8	0.652	0.214	Valid

Sumber : olahan spss 2025

Table 3. Hasil Uji Validitas Variabel X3(Kualitas Pelayanan)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Validitas
Butir 1	0.609	0.214	Valid
Butir 2	0.721	0.214	Valid
Butir 3	0.671	0.214	Valid
Butir 4	0.573	0.214	Valid
Butir 5	0.756	0.214	Valid
Butir 6	0.530	0.214	Valid
Butir 7	0.768	0.214	Valid
Butir 8	0.507	0.214	Valid

Sumber : olahan spss 2025

Table 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y(Keputusan Pembelian)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Validitas
Butir 1	0.661	0.214	Valid
Butir 2	0.755	0.214	Valid
Butir 3	0.631	0.214	Valid
Butir 4	0.681	0.214	Valid
Butir 5	0.663	0.214	Valid
Butir 6	0.723	0.214	Valid

Sumber : olahan spss 2025

Hasil dari uji validitas di atas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel dengan sampel 60 dan tingkat signifikan 10% (0.214). jadi, tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid karena rhitung > rtabel

Variabel	Jumlah Pertanyaan	*Cronbach's*	Keterangan
Harga (X1)	8	0.744	Reliable
Kelengkapan Produk (X2)	8	0.830	Reliable
Kualitas Pelayanan (X3)	8	0.800	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	6	0.774	Reliable

Table 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Sumber : olahan spss 2025

Pada pengujian reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha*harus lebih besar dari 0,60 maka instrument penelitian dapat dikatakan reliabel. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha*> 0,60 berarti bahwa instrument tersebut reliable

Table 6. Persamaan Regresi Linear Berganda

Model	Unstanding Coefficients B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.336	2.539		1.314	.194
Harga	.395	.132	.476	3.002	.004
Kelengkapan Produk	.009	.117	.013	.079	.937
Kualitas Pelayanan	.253	.095	.345	2.677	.010

Sumber : olahan spss 2025

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Y = 3.336 + 0.395X1 + 0.009X2 + 0.253X3

a. 3.336 atau konstanta regresi, yang berarti jika ada nilai independent variable X1 (Harga), variable X2 (Kelengkapan Produk) dan variable X3 (Kualitas Pelayanan). Dalam hal ini X1, X2, dan X3 sama dengan 0 (nol).
b. $\beta 1$ = 0.395 untuk independent variable X1 (Harga) yang bertanda positif artinya setiap

EJAK Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak
P - ISSN 2774 - 4930
E - ISSN 2807 - 1786

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)
Available online at: https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak

Vol. 5, No. 1, Februari 2025, pp. 30-34

penambahan atau kenaikan sebesar 1 satuan akan menambah keputusan pembelian sebesar 0.395.

c. $\beta 2$ = 0.009 untuk independent variable X2 (Kelengkapan Produk) yang bertanda positif artinya setiap penambahan atau kenaikan sebesar 1 satuan akan menambah keputusan pembelian sebesar 0.009.

d. $\beta 3$ = 0.253 untuk independent variable X3 (Kualitas Pelayanan) yang bertanda positif artinya setiap penambahan atau kenaikan sebesar 1 satuan akan menambah keputusan pembelian sebesar 0.253

Table 7. Hasil Uji t Coefficientsa

Model	Unstanding Coefficients B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.336	2.539		1.314	.194
Harga	.395	.132	.476	3.002	.004
Kelengkapan Produk	.009	.117	.013	.079	.937
Kualitas Pelayanan	.253	.095	.345	2.677	.010

Sumber : olahan spss 2025

Dari nilai t-tabel dengan derajat bebas 60-3 = 57 dan taraf nyata 10% adalah 1.672. Nilai t-hitung untuk X1 > t-tabel (3.002 > 1.672) dan sig (0.004> 0.000),dengan demikian Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. . Nilai t-hitung untuk X2< t-tabel (0.079< 1.672) dan sig (0.937> 0.000), dengan demikian Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.. Nilai t-hitung untuk X3> t-tabel (2.677> 1.672) dan sig (0.010> 0.000), dengan demikian Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Table 9. Hasil Uji Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.806	3	91.602	26.973	.000[a]
	Residual	190.177	56	3.396		
	Total	464.983	59			

a.Dependent Variabel : Keputusan Pembelian
b.Predictors : (Constanst), Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan
Sumber : olahan spss 2025

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variable- variabel bebas terhadap variable terikat secara keseluruhan. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai f-hitung sebesar 2.76 yang lebih besar dari f-tabel 26.973 dengan signifikansi f-hitung 0.000 < 0,1. Oleh karena itu, Hipotesis diterima, menyatakan bahwa secara simultan, variable harga (X1), kelengkapan produk (X2), Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Agung Material, sementara kelengkapan produk tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga yang kompetitif dapat meningkatkan minat beli konsumen, dan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, uji simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan harga dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penyandang dana dan donor penelitian yang telah memberikan dukungan luar biasa dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan kepercayaan, penelitian ini tidak akan mungkin terwujud.peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua individu yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Setiap ide, saran, dan kerja keras sangat berharga dan telah memberikan dampak besar pada hasil yang peneliti capai. Semoga penelitian ini dapat menghasilkan manfaat bagi masyarakat luas

7. REFERENSI

Agusvia, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multikarya Sarana Makmur* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Wangu, O. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Damai Bangunan Sungai Lekop Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Aristo, T. (2022). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Samudra Teknik Sejahtera* (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).

Melisa, M., & Fietroh, M. N. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Dan

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)
Available online at: https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak

Vol. 5, No. 1, Februari 2025, pp. 30-34

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *4*(2), 10- 17.

Listi, I. R., Khalikussabir, K., & Wahyuningtyas, N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen UD Setia Makmur Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *13*(01), 1549-1558.

Maulana Santoso, B. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan Toko Jati Luhur Di Kijang* (Doctoral dissertation, STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG).

Nasrullah .(2023) Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Aira's Jaya Bersama. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)* vol 3.no 2. Pp 13-19.