

ABSTRAK

Dandy Putra Cahyo Islamy, 2025. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin)”. Skripsi. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin. Pembimbing (1) Syamsuddinnor. Pembimbing (2) Alfiannor

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal di antaranya harga produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang diberikan dan kelengkapan produk yang disediakan. Salah satu minimarket yang ada di Banjarmasin memiliki kelengkapan produk yang lengkap, harga produk yang terjangkau atau kompetitif dan memberikan produk yang berkualitas adalah Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin. Selain itu, Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin juga memberikan pelayanan yang ramah, baik dan sopan kepada semua konsumen. Lokasi dari Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin sangat mudah ditemui atau strategis di Kecamatan Banjarmasin Barat.

Tujuan atau fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode observasi dan pembagian kuesioner. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 99 responden Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin. Analisis yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen, didukung oleh uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan semua variabel berpengaruh dapat dilihat pada uji F menunjukkan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari pada 0,05. Hasil uji secara parsial variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin. Hal ini dijelaskan dari nilai uji t_{hitung} sebesar 11,429 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dan didukung nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin. Hal ini dijelaskan dari nilai uji t_{hitung} sebesar 6,198 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dan didukung nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel Kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Berkah Mart (B-Mart) Banjarmasin karena hasil nilai uji t_{hitung} 2,889 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan didukung nilai signifikansi sebesar 0,05 ($0,005 < 0,05$)

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen.