

Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen

A Tuafiq Buhari
Moh. Imron Sanjaya

STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan

taufiqbuhari@gmail.com
imronsanjaya122@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product completeness on consumer buying interest at Nc Mart, Lantek Barat Village, Galis District, Bangkalan Regency. This type of research is research with quantitative methods. using non-probability sampling method with a total sample of 67 respondents. Using interview data collection methods, documentation and questionnaires. With ten product completeness instruments and fourteen consumer buying interest. The results showed that the T test obtained a T count value of $35.272 > T$ table 1.033 which is smaller than T count, while the significance value is 0.000 which is smaller than 0.05. This means that there is a positive and significant influence between the completeness of the product on consumer buying interest. product completeness has an effect on consumer buying interest of 0.950, where product completeness has on consumer buying interest at NC Mart, Lantek Barat Village, Galis District, Bangkalan Regency by 95%.

Keywords: *Influence, Product Completeness, Consumer Purchase Interest, Nc Mart*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Nc Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif. menggunakan metode non-probability sampling dengan jumlah sampel 67 responden. Dengan metode pengumpulan data wawancara, dokumentasi serta angket. dengan sepuluh instrumen kelengkapan produk dan empat belas minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan uji T diperoleh nilai T hitung $35,272 > T$ tabel 1,033 yang lebih kecil dibanding T hitung, sedangkan nilai signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen. kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 0,950 yang mana kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sebesar 95%.

Kata Kunci: Pengaruh, Kelengkapan Produk, Minat Beli Konsumen, Nc Mart

Pendahuluan

Perkembangan bisnis perdagangan dan teknologi yang begitu masif memberikan perubahan yang begitu besar dalam pola pikir yang dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Sehingga banyak perusahaan bisnis di bidang perdagangan yang bersaing dengan berbagai cara dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menarik minat beli. Banyak perusahaan besar yang gulung tikar karna tidak sesuai dengan segmen pasar disamping dengan kompetitor yang melonjak dalam dunia bisnis tersebut

Perkembangan pesat yang ditandai dengan pasar modern akibatnya, menarik pelanggan berubah dari berbagai aspek kehidupan samapi aspek gaya hidupnya sehingga juga mengubah pola fikir dan menambah kebutuhan yang disesuaikan dengan keinginan konsumen, Ketika seorang pelanggan ingin mendapatkan apa yang dia butuhkan, dia beralih dari pasar tradisional ke pasar modern yang dulunya konsumen membeli kebutuhan sehari-harinya bisa didapat ditempat-tempat sederhana sekarang jauh berbeda konsumen lebih memilih membeli ditempat-tempat yang modern, yang jelas memiliki nilai tersendiri, serta lokasi yang lebih bagus, bersih, dan higienis serta ruangan dengan full AC.

Kabupaten Bangkalan secara geografis merupakan daerah terdekat dengan kota surabaya yang juga menjadi pusat perekonomian yang ada di pulau jawa yang mana tentunya ini memberikan dampak terhadap dalam perkembangan ekonomi kabupaten Bangkalan diberbagai bidang sektor, dari sini dapat dirasakan kejadian yang terjadi khususnya perkembangan desain kompetitor bisnis berbagai sektor ekonomi salahsatunya bisnis perdagangan seperti toko banyak bertumbuhan disetiap daerah yang ada dikabupaten Bangkalan yang menyediakan berbagi kebutuhan dan lain sebagainya. Kejadian ini juga memberikan dampak dalam gaya hidup masyarakat yang mana sudah mengalami perubahan yang sangat signifikan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya akibat dampak perkembangan tersebut contoh kecil dalam memilih produk dalam berbelanja yang sering mengikuti tren perkembangan produk yang lebih baru dan yang dianggap lebih pas menurut keinginan komsumen tersendiri tidak sebatas untuk memebuhi kebutuhan saja tetapi juga untuk memenuhi keinginanya yang sesuai dengan gaya hidup yang sekarang.

Sebuah perusahaan mutlak harus mampu mengatur dan mengelola isu-isu yang berkaitan dengan perilaku pembelian konsumen untuk melakukan perubahan ini. Perusahaan akan dapat mengatur dan mengontrol masalah perilaku pembelian konsumen dengan lebih baik sebagai akibat dari pergeseran ini. karena tidak jarang saat ini

konsumen lebih banyak membutuhkan berbagai produk kebutuhan sehari – hari tetapi kejadian dilapangan yang terjadi konsumen tidak dapat memenuhi kebutuhannya hal tersebut karna keadaan toko penjual tidak memenuhi kebutuhan permintaan konsumen dengan artian penyediaan yang disediakan terbatas.

Perkembangan dunia bisnis perdagangan dengan berbagai jenisnya yang terjadi di kecamatan Galis kabupaten Bangkalan, Akibatnya, ketika pelanggan ingin memenuhi kebutuhan mereka, mereka mengadopsi pola pikir yang hati-hati dan beralih dari pasar tradisional ke pasar modern, yang tentunya memiliki nilai tambah dan tempat tersendiri yang lebih baik, oleh karena itu persaingan yang terjadi di kecamatan Galis menjadi ancaman tersendiri bagi NC Mart di desa Lantek Barat di kabupaten Bangkalan, kecamatan Galis yang mana NC Mart ini toko yang menyediakan segala kebutuhan pokok sehari-hari seperti alat-alat perlengkapan mandi meliputi sabun, pasta gigi, tidak hanya itu produk-produk dapurpun tersedia di Nc Mart dan lain sebagainya karena Nc Mart merupakan salah satu toko penjual berbagai kebutuhan yang terbesar di kecamatan Galis kabupaten Bangkalan

Berdasarkan hal ini peneliti tertarik untuk menentukan ukuran tingkat minat beli konsumen masyarakat Kecamatan Galis dengan keadaan dilapangan yang telah banyak persaingan dunia perdagangan saat ini yang sangat kompetitif.

Landasan Teori

Pengertian Kelengkapan Produk

Pengertian produk dipahami seperti pendapat solomon yang mengatakan Produk adalah sejumlah atribut, seperti fitur, fungsi, manfaat, dan kegunaan, juga didefinisikan sebagai barang yang memiliki karakteristik nyata, ide, layanan, kombinasinya, dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggan bisnis melalui menukarkan (Dharmmesta, 2014).

Pembelian terhadap suatu produk tentunya konsumen mempertimbangkan tentang produk yang dibeli mengenai fungsi dan kegunaannya, oleh karena itu produsen harus memperhatikan kebutuhan konsumen yang mana ketika kebutuhan konsumen semakin banyak kemungkinan besar varian produk yang dibutuhkan akan bervariasi dengan beragam macam sehingga produsen harus menyediakan segala kebutuhan tersebut dengan kelengkapan produk.

Penjelasan dari teori tersebut setiap produk bisa dilihat dari aspek yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen karena produk yang dibeli oleh pelanggan untuk memenuhi persyaratan tertentu dan memberikan manfaat tertentu.

Kotler mengatakan bahwasannya kelengkapan produk adalah semua perbedaan jenis produk yang diproduksi oleh produsen yang tersedia untuk dikonsumsi digunakan dan dimiliki oleh pelanggan. Kelengkapan produk dalam suatu usaha bisnis memang sangat penting untuk diperhatikan oleh pemilik bisnis. Sebab, ketersediaan produk yang lengkap di suatu tempat penjualan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Kelengkapan produk ini meliputi berbagai varian jenis produk mulai dari bentuk, rasa, dan lain sebagainya.

Berbagai pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai kelengkapan produk juga dipaparkan oleh Raharjani menduplikasi barang yang sesuai dengan usaha toko (produk berbahan dasar makanan, pakaian, barang umum, dll) disebut kelengkapan produk. untuk dijual di toko dengan harga, kuantitas, dan waktu yang tepat untuk membantu toko mencapai tujuannya (Nurus Safa'atillah, 2019). Sehingga dalam hal ini produsen menyediakan kuantitas stok barang yang ditawarkan sesuai segmen konsumen. Artinya produsen tersebut dalam penyediaan barang menyesuaikan dengan kuantitas permintaan konsumen.

Pendapat lain yang menurut Utami, kelengkapan produk mengacu pada kedalaman, keluasan, kualitas, dan ketersediaan produk di toko pada waktu tertentu produsen penjual. Sehingga saat ini memang menjadi tuntutan konsumen bagi produsen penjual dalam menjalankan usaha bisnisnya ditekan untuk melengkapi kebutuhan serta keinginan konsumen yang beragam varian suatu produk. Ditinjau kembali saat ini kebutuhan konsumen tidak hanya sekedar butuh saja akan tetapi ada dorongan keinginan konsumen untuk memilih variasi produk yang diinginkannya. Hal ini diperkuat oleh pendapat Keller bahwasannya kelengkapan produk merupakan pemberian suatu produk jasa kepada konsumen melalui pasar dengan cara memberitahukan dan dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Nofrizal, 2021).

Indikator Kelengkapan Produk

Berbeda dengan Utami yang mengelompokkan beberapa berikut indikator kelengkapan produk (Yunita Mandagie, 2019): Seluruh rentang produk yang ditawarkan., adanya varian ukuran dalam berbagai ukuran, barang-barang pokok, produk berkualitas bagus, adanya produk untuk dibeli dan berbagai merek untuk dipilih.

1. Landasan Minat Beli Konsumen

Minat beli menurut Kondang Kaloka yaitu sikap pelanggan dengan tujuan memaksimalkan perkiraan lokasi dimana pelanggan benar-benar dapat membuat keputusan pembelian (Made Oktavira Astasari, 2021). Sedangkan Yamit mendefinisikan minat beli konsumen sebagai evaluasi terhadap suatu produk jasa

setelah membandingkan apa yang dialami dengan harapan (Wisnu Widayat, 2021). Maka, dapat dipahami keputusan konsumen untuk menggunakan mengkonsumsi suatu produk dikenal sebagai minat beli barang berdasarkan kebutuhan dan keinginan setiap konsumen. Dalam hal ini pengambilan keputusan untuk minat beli konsumen berdasarkan pengalaman pribadi bisa dari rekomendasi orang lain.

Perilaku konsumen berhubungan dengan wawasan mengenai hal-hal yang dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, oleh karena itu produsen penjual harus betul-betul memahami secara kompleks kebutuhan konsumen sehingga bisa secara masif *transfer value* mengenai manfaat dan nilai tawar produk unggulan kepada pembeli.

Menurut Engel tindakan langsung untuk memperoleh, mengkonsumsi, dan membelanjakan barang dikenal sebagai perilaku konsumen. Keputusan tentang perilaku konsumen juga disertakan. Selaras dengan demikian pendefinisian yang Menurut Ujang Sumarwan mencakup semua aktivitas, tindakan, dan proses psikologis yang mendorong orang untuk membeli dan menggunakan produk jasa evaluasi kegiatan (Nur Saidah, 2021). Penejelasan ini juga sebagaimana di dalam Al-Qu'ran

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."* (QS. An-Nisa: 29)

وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا ءَاتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ ۚ هُوَ خَيْرٌ لَّهُمْ ۚ بَلْ هُوَ شَرٌّ
اَلسَّمُوتِ وَالْاَرْضِ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: *"sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karuniaNya menyangka, bahwasannya kebakhilan itu baik bagi mereka. sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan."* (QS. Ali Imran: 180)

Perspektif dalam ekonomi islam, pola konsumsi seorang muslim atas dasar kebutuhan oleh karena itu seorang muslim dalam pola konsumsinya mendasarai kebutuhan dan tidak merujuk terhadap suatu yang tidak dibutuhkan. Penguraian mengenai perilaku konsumen juga memberikan wawasan pengetahuan lebih spesifik lagi kepada produsen untuk mengetahui aspek- aspek minat beli konsumen terhadap suatu produk oleh konsumen. Kotler mengatakan bahwasannya minat konsumen untuk

membeli suatu produk dipicu ketika dia terkesan olehnya. Dari situ, dia ingin mencobanya, lalu dia ingin membelinya agar bisa memilikinya (Fabian Rahma, 2015). Pendapat lain yang dinyatakan oleh Kinneer dan Taylor minat beli merupakan tahap respon untuk melakukan sebelum memutuskan pembelian (Abdul Basir, 2015).

Dapat dipahami bahwasannya minat konsumen membeli produk dengan segala kebutuhan yang bervariasi kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersendiri. Berikut adalah penjelasan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, seperti dikemukakan oleh Kotler dan Keller yakni Faktor budaya, Faktor sosial dan Faktor pribadi (Ahmad Jibril, 2021).

Pendapat lain menurut Swastha dan Irwa mengatakan diantara emosi dan perasaan senang dan puas saat membeli produk jasa, ini akan memberi mereka lebih banyak kekuatan untuk membeli, sedangkan ketidakpuasan sebaliknya (Arief Adi Satria, 2017).

2. Indikator Minat Beli

Beberapa indikator minat beli yang dikemukakan oleh Ferdiand sebagai berikut: Kecenderungan seseorang untuk membeli produk dikenal sebagai minat transaksional, minat preferensial adalah jenis minat yang menggambarkan bagaimana seseorang bertindak ketika produk menjadi prioritas utama mereka, kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain disebut dengan minat referensial dan minat eksploratif adalah yang menggambarkan terus-menerus mencari informasi tentang produk yang diminati dan informasi yang mendukung atribut positif produk tersebut (Rifki Bakhtiar, 2020).

3. Tinjauan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli

Kelengkapan produk perihal yang sangat diperlukan dalam memperoleh segmen konsumen yang banyak pada usaha bisnis perdagangan karena dalam usaha perdagangan tentunya produsen penjual harus memahami segmen pasar untuk keberlangsungan bisnis perdagangan dan menarik minat beli konsumen, kelengkapan produk dengan penyediaan segala produk yang dibutuhkan dan diinginkan tidak hanya itu yang harus dilakukan oleh produsen tetapi produsen juga harus memperhatikan penyesuaian pengadaan produk dengan permintaan pasar konsumen sehingga produsen benar-benar dapat melengkapi produk dalam bisnisnya, produsen harus memahami konsumen karena kebutuhan konsumen saat ini sudah sangat beragam sehingga dalam hal tersebut kelengkapan produk mempengaruhi minat beli konsumen dan realita yang ada konsumen membeli suatu produk memang berdasarkan

kebutuhan, keinginan dan untuk memperoleh manfaat dari produk barang yang dibeli oleh konsumen.

Metode Penelitian

Peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data melibatkan penggunaan instrumen penelitian, dan analisis data kuantitatif statistik, sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini digunakan desain survey korelasi (efek) kausalitas dalam pendekatan penelitian ini “Pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di Nc Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Nc Mart berjumlah 200 orang konsumen dan sampel yang diambil berjumlah 67 responden, dengan metode non-probability sampling digunakan untuk memilih sampel. Pengambilan sampel peneliti menggunakan pendekatan dengan rumus slovin. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yakni Variabel bebas yaitu kelengkapan produk (X), sedangkan minat beli konsumen (Y) merupakan variabel terikat.

Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari seluruh pelanggan Nc Mart yang menjadi subjek penelitian. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal dan lainnya. Untuk instrumen penelitian terdapat 10 instrumen angket yang dikembangkan berdasarkan segala hal yang berkaitan dengan kelengkapan produk. Sedangkan pada minat beli konsumen dikembangkan 14 instrumen angket berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan menggunakan skala Guttman merupakan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data, antara lain tiga hal berikut: 1) wawancara, Wawancara akan dilakukan secara langsung pun via online kepada manajer Nc Mart serta kepada responden yakni konsumen Nc Mart. 2) Angket/kuesioner, kuesioner untuk mengetahui kelengkapan variabel X yang dikembangkan dengan menggunakan sepuluh kuesioner berdasarkan lima indikator. untuk mengetahui dari minat beli konsumen yang dikembangkan instrumen penelitian sebanyak 14 instrumen angket berdasarkan tujuh indikatornya. 3) Dokumentasi, Dokumentai yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gambar sebagai bukti nyata.

Metode analisis data berikut digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh: 1) Analisis Deskriptif , Metode penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Dalam Metode Studi Korelasi (Studi Korelasi). 2) Analisis statistic, Data

dalam penelitian ini diolah dengan *software* Komputer, IBM SPSS Statistics 25. Serta dengan menggunakan model persamaan regresi linier sederhana.

Analisis Dan Pembahasan

Kelengkapan Produk Di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan

Berdasarkan responden konsumen NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan menyatakan bahwasannya kelengkapan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat di buktikan dengan *output* yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner sebagai berikut :

Tabel 1.1 Output hasil penyebaran kuesioner

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.354	.343		1.033	0,219
	Kelengkapan produk	1.360	.039	.975	35,272	.000
a. Dependent Variable: minat beli konsumen						

Sumber : Olah data kuesioner, 2023

Hasil dari responden konsumen NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. Dan NC Mart merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga yang ada di kecamatan Galis kabupaten Bangkalan. Dari 67 orang jumlah responden yang diteliti kebanyakan berkisar usia kebanyakan berusia 26-30 dengan persentase 31,3%. dan mayoritas merupakan lulusan pondok pesantren. maka digunakan analisis regresi linear sederhana yang diperoleh adalah $Y = .354 + 1,360X$. Maka pengaruhnya sebesar 1,360 36%. sehingga H_a diterima yang artinya bahwasannya kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. Yang meliputi lima Maka tercipta hasil pada tabel 4.31 diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kecerdasan spiritual sebesar 35,272 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Sehingga H_a diterima yaitu kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. Berdasarkan hasil analisis data tersebut NC Mart mengetahui

bahwasannya kelengkapan produk dapat meningkatkan minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan.

Minat Beli Konsumen Dengan Kelengkapan Produk Di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan.

Minat beli konsumen terdapat beberapa indikator seperti kebutuhan, manfaat produk yang optimal, kualitas produk, promosi, brand merek populer, refrensial, eksploratif. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mayoritas responden memberikan jawaban yang menunjukkan bahwa minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan karna kebutuhan yang disediakan ada selalu ada saat konsumen ingin membeli kebutuhan seperti kebutuhan rumah tangga mulai dari kebutuhan pokok seperti beras, minyak dan perlengkapan kebersihan mulai dari sabun, pasta gigi, selain itu masih banyak yang menjadi minat beli konsumen di NC Mart banyak yang memberikan komentar bahwa konsumen membeli produk-produk yang manfaatnya sangat berguna untuk kebutuhannya yang ditopang dengan kesesuaian dengan keinginan kosumen ditambah dengan kualitas produk yang disediakan di NC Mart memang yang berkualitas baik sehingga menjadikan NC Mart sebagai tempat berbelanja bagi konsumen NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan.

Promosi yang dilakukan di NC Mart menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja di NC Mart karena konsumen lebih menghemat pengeluaran dalam berbelanja dan promosi ini yang sering diburu oleh konsumen di Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan selain itu produk-produk di NC Mart kebanyakan produk yang bermerek populer contoh kecil seperti sabun pond's dan Garnier sabun ini sangat bermerek bagi konsumen yang berbelanja di NC Mart.

Sosial yang sangat baik mambuat tali persaudaran yang harmoni sehingga seringkali ada acara kumpul bersama dan tolong menolong dalam suatu pekerjaan sehingga hal ini menjadi bagian dari minat beli konsumen di NC Mart karena banyak konsumen yang berbelanja di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan atas rekomendasi dari teman tedekat atau dari tetangga yang pernah berbelanja di Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan.

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan

Kebutuhan rumah tangga sangat beragam macam dengan kebutuhan yang berbeda-

beda sehingga Kelengkapan dalam bisnis perdagangan karena dengan penyediaan segala kebutuhan konsumen dan memenuhi permintaan yang dibutuhkan oleh konsumen dalam bisnis perdagangan dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Raharjani keberagaman produk penggandaan barang-barang yang sesuai Untuk disediakan di dalam toko pada jumlah, harga dan waktu untuk mencapai sasaran toko (Nurus Safa'atillah, 2019). Sehingga dalam hal ini produsen menyediakan kuantitas stok barang yang ditawarkan sesuai segmen konsumen. Artinya produsen tersebut dalam penyediaan barang menyesuaikan dengan kuantitas permintaan konsumen.

Sehingga saat ini memang menjadi tuntutan konsumen bagi produsen penjual dalam menjalankan usaha bisnisnya ditekan untuk melengkapi kebutuhan serta keinginan konsumen yang beragam varian suatu produk. Ditinjau kembali saat ini kebutuhan konsumen tidak hanya sekedar butuh saja akan tetapi ada dorongan keinginan konsumen untuk memilih variasi produk yang diinginkannya.

Tabel 1.2 Data olahan kuesioner

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 ^a	.950	.950	.403
a. Predictors: (Constant), kelengkapan produk				

Sumber : Olah data kuesioner, 2023

Hasil uji di atas nilai R Squar koofisien determinasi sebesar 0,950 yang artinya pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sebesar 95%. Dilihat dari hasil kuisisioner yang telah disebar kepda semua konsumen yang berbelanja di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten yang berisi tentang pertanyaan yang menunjukkan sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang adakah pengaruuh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan dapat disimpulkan sebagaimana berikut: uji T diperoleh nilai T hitung 35,272 > T tabel 1,033 yang lebih kecil dibanding T hitung, sedangkan nilai

signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sehingga ada pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen sebesar 1.360 36%.

Variable independen kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 0,950 yang mana kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen di NC Mart Desa Lantek Barat Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan sebesar 95%.. Pengaruh kelengkapan produk ini salah satu dari indicator variabelnya yaitu ketersediaan produk dan produk kebutuhan sehari-hari

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul basir. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen pada toko rizquna kota kediri. *Jurnal ilmu manajemen*. Vol, 4, No. 3.
- Accounting binus. *Memahami uji T dalam regresi linier*. Diakses pada tanggal 26 januari 2023
- Ahmad Jibril. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: Cv Nasya Expanding Management. 2021,
- Anang Firmansyah. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media. 2019
- Arief adi stria. 2017. Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-6. *Jurnal manajemen dan star-up bisnis*. Vol. 2, No. 1. Diakses pada tanggal 15 Januari 2023
- Bunis University. *Uji Validitas dan Reliabilitas*.
- Daniel Danam. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*. Vol. 16, No. 1.
- Dela malasari, dkk. 2022. Pengaruh produk, harga dan promosi terhap minat beli konsumen minuman herbal katingku. *Jurnal jiagabi*. Vol. 11, No. 2. Hal, 79-87.
- Dela Malasari, dkk. 2022. Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Minuman Herbal Katingku. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*. Vol. 11, No. 02, 79-87.
- Dharmmesta. *Manajemen Pemasaran*. Banten: Universitas Terbuka. 2014
- Dia Mita Saraswati dkk. 2017. Analisis Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mitra Market Simo Sungelebak Karanggeneng Lamongan. *Jurnal Ekbis*. Vol, XVII, No. 2, 973.
- Elly Rahayu. 2018. Pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran. *Journal Of Science And Social Researce*. Vol. 1, No. 3.
- Fabian Rahma, dkk. 2015. Pengaruh stimulus produk, harga, dan promosi terhadap minat beli produk baru jenis *fashion* yang dipasarkan diforum jual beli kaskus. *Jurnal Epigram*. Vol. 12, No. 1.
- Herman Malu. *Menejemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. 2018
- Iqbal Fanani dkk. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Studi Kasus RSU UKI. Jakarta: Fundamental Mangement Journal. Vol. 1. No. 1. 2016

Itta Masibbuk dkk. 2019. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dantata Letak Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 7, No. 1. 411-42.

Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media. 2018

Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung: Cv Pustaka Setia. 2013

Nofrizal, dkk. 2021. Pengaruh keunikan produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh-oleh kota Pekanbaru. *Journal Bisnis & kewirausahaan*. Vol. 17, No. 3, pp.219-226.

Noviansyah Rizal, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Pres. 2021, 22.

Nur saidah dkk. *Manajemen Pemasaran*. Yoagyakarta: samudar Biru. 2021, 32.

Nurus safa' atillah. 2019. Pengaruh faktor kelengkapan produk, kualitas produk dan citra produk terhadap loyalitas konsumen basmalah market karanggeneng. *Journal iltizam journal of shariah ecomic research*. Vol. 3, No. 1.

Rifki Bakhtiar. 2020. Faktor-faktor peningkat minat beli pelanggan elevenia di kota semarang. *Jurnal ilmiah*. Vol. 18, No. 2.

Rusdawati, dkk. 2021. Pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap minat benlanja di Mentari swalayan. *E-Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi*. Vol. 02, No. 01.

Ryan Kurniawan, dkk. 2020. Pengaruh kelengkapan produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada giant express sukabumi. *Jurnal ilmiah manajemen*. Vol XI, No. 2

Sabil, A. (2023). ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO AL-FIRDAUS PONDOK PESANTREN SYAICHONA MOH. CHOLIL BANGKALAN. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 113-137.

Sandra Asaloei. 2018. pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6, No. 3.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2016

Tri Widodo. 2016. Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal among makarti*. Vol. 9, No. 17.

Wisnu widayat, dkk. 2020. Analisi pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen. *Journal of economic, business and engineering (JEBE)*. Vol. 2, No. 1.

Yunita Mandagie. 2019. Analisis pengaruh pelayanan prima dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di matahari manado town square. *Jurnal EMBA*. Vol. 7 No. 8.