

Pengaruh Lokasi Usaha dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Grosir MM Rabil

Ridhella Bukhari¹, Ozi Pera², Yandri Agustinata Pratama³, Allya Sandova⁴

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Email: ozifera396@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh lokasi usaha dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Grosir MM Rabil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, serta konsumen Grosir MM Rabil. Analisis data dilakukan dengan model interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha yang strategis dan kelengkapan produk yang memadai memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen memilih Grosir MM Rabil karena kemudahan akses dan ketersediaan produk yang lengkap dalam satu tempat.

Kata kunci: Lokasi Usaha, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license



Corresponding Author:

Ridhella Bukhari
Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
ozifera396@gmail.com

1. Pendahuluan

Persaingan usaha di sektor ritel dan grosir semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis kepada konsumen. Perkembangan ini mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan menyusun strategi yang tepat agar mampu bertahan dan bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan volume penjualan semata, tetapi juga memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan pembelian konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi kunci penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan (Utami, C. W, 2017).

Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari proses yang cukup panjang dan kompleks. Proses ini dimulai dari pengenalan kebutuhan, di mana konsumen menyadari adanya kebutuhan atau keinginan tertentu. Selanjutnya, konsumen akan mencari informasi terkait produk atau tempat pembelian yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Setelah informasi terkumpul, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia, baik dari segi harga, kualitas, lokasi, maupun kelengkapan produk. Tahapan terakhir dari proses ini adalah keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Setiap tahapan dalam proses tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan (Tjiptono, F., & Diana, 2020).

Salah satu faktor eksternal yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen adalah lokasi usaha. Lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau, serta berada di lingkungan yang aman dan nyaman akan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan aktivitas belanja. Aksesibilitas yang baik memungkinkan konsumen untuk menghemat waktu dan tenaga, sehingga meningkatkan minat untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu, lokasi

usaha sering kali menjadi pertimbangan utama dalam menentukan tempat berbelanja. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha ritel dan grosir.

Selain lokasi usaha, kelengkapan produk juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kelengkapan produk mencerminkan kemampuan suatu usaha dalam menyediakan berbagai jenis barang yang dibutuhkan konsumen. Pada usaha grosir, konsumen umumnya mengharapkan ketersediaan produk yang lengkap dan beragam, baik dari segi jenis, merek, maupun ukuran. Kelengkapan produk memberikan kemudahan bagi konsumen karena mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat tanpa harus berpindah ke toko lain. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen (Sari, D. P., & Handayani, 2019).

Grosir MM Rabil merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang perdagangan grosir dan melayani berbagai kebutuhan konsumen. Dalam menjalankan usahanya, Grosir MM Rabil berupaya memberikan pelayanan terbaik melalui pemilihan lokasi usaha yang strategis serta penyediaan produk yang relatif lengkap. Upaya ini dilakukan untuk menciptakan kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan bagi konsumen dalam berbelanja. Namun demikian, persepsi dan pengalaman konsumen terhadap lokasi usaha dan kelengkapan produk tidak selalu sama. Setiap konsumen memiliki latar belakang, kebutuhan, dan preferensi yang berbeda, sehingga dapat memengaruhi cara mereka menilai dan mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu kajian yang mampu menggali secara mendalam pandangan dan pengalaman konsumen terkait lokasi usaha dan kelengkapan produk di Grosir MM Rabil. Penelitian dengan pendekatan kualitatif dianggap tepat karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana konsumen memaknai faktor-faktor tersebut dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh lokasi usaha dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Grosir MM Rabil dalam meningkatkan strategi usahanya di masa mendatang.

2. Metode Pelaksanaan

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan terkait pengaruh lokasi usaha dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran angka atau pengujian hipotesis secara statistik, melainkan pada pemahaman makna, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai pandangan konsumen terhadap lokasi usaha dan kelengkapan produk di Grosir MM Rabil serta bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan pembelian mereka (Rahmawati, 2018).

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini meliputi pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Grosir MM Rabil. Pemilik dan karyawan dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait pengelolaan lokasi usaha serta penyediaan produk. Sementara itu, konsumen dipilih sebagai subjek utama karena mereka merupakan pihak yang secara langsung merasakan dampak dari lokasi usaha dan kelengkapan produk dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa subjek tersebut mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian. Objek penelitian ini adalah lokasi usaha,

kelengkapan produk, dan keputusan pembelian konsumen. Lokasi usaha ditinjau dari aspek kemudahan akses, kenyamanan, dan lingkungan sekitar (Setiawan, A., & Nugroho, 2021). Kelengkapan produk dilihat dari ketersediaan variasi jenis dan jumlah produk yang ditawarkan. Sementara itu, keputusan pembelian konsumen dikaji berdasarkan alasan, pertimbangan, dan pengalaman konsumen dalam memilih berbelanja di Grosir MM Rabil.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara langsung dan mendalam kepada pemilik, karyawan, dan konsumen Grosir MM Rabil. Wawancara bersifat semi-terstruktur agar peneliti memiliki panduan pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk menyampaikan pandangan dan pengalaman mereka secara bebas. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai persepsi informan terhadap lokasi usaha, kelengkapan produk, serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Kotler, P., & Keller, 2016).

2. Observasi Langsung

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi lokasi usaha, tata letak toko, kelengkapan produk, serta aktivitas konsumen selama proses berbelanja. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai situasi dan kondisi di lapangan, sehingga data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari wawancara, tetapi juga dari hasil pengamatan langsung peneliti (Lestari, S., & Prabowo, 2020).

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Dokumentasi meliputi foto lokasi usaha, susunan produk, serta catatan atau arsip yang berkaitan dengan aktivitas usaha Grosir MM Rabil. Data dokumentasi berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi data hasil wawancara dan observasi (Hasan, 2019).

3. Pembahasan

Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Grosir MM Rabil, diketahui bahwa lokasi usaha menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan tempat berbelanja. Sebagian besar informan menyatakan bahwa lokasi Grosir MM Rabil mudah dijangkau karena berada di area yang strategis dan dekat dengan jalan utama. Kemudahan akses ini memberikan keuntungan bagi konsumen, terutama bagi mereka yang melakukan pembelian dalam jumlah besar atau memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, keberadaan Grosir MM Rabil di lingkungan yang ramai turut meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung karena dianggap lebih aman dan mudah ditemukan.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti juga menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki visibilitas yang baik dan dilalui oleh banyak kendaraan, sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui keberadaan grosir tersebut. Kondisi ini sejalan dengan pernyataan konsumen yang merasa tidak kesulitan dalam menemukan lokasi Grosir MM Rabil. Lingkungan sekitar yang cukup mendukung, seperti tersedianya area parkir dan akses jalan yang memadai, turut memberikan kenyamanan bagi konsumen saat berbelanja. Dengan demikian, lokasi usaha yang strategis tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian awal, tetapi juga mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan ulang (Putri, N. A., & Wibowo, 2018).

Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Selain lokasi usaha, kelengkapan produk juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Grosir MM Rabil. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menilai bahwa Grosir MM Rabil menyediakan berbagai jenis produk kebutuhan sehari-hari yang cukup lengkap. Ketersediaan produk yang beragam membuat konsumen merasa kebutuhan mereka dapat terpenuhi dalam satu tempat tanpa harus berpindah ke toko lain. Hal ini dinilai sangat menguntungkan, terutama bagi konsumen yang mengutamakan efisiensi waktu dan biaya.

Hasil observasi menunjukkan bahwa produk-produk di Grosir MM Rabil disusun secara rapi dan mudah dijangkau oleh konsumen. Kondisi ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan. Konsumen juga mengungkapkan bahwa kelengkapan produk menjadi alasan utama mereka memilih berbelanja di Grosir MM Rabil dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya. Dengan tersedianya berbagai pilihan produk, konsumen merasa lebih puas dan cenderung melakukan pembelian dalam jumlah lebih banyak (Moleong, 2017).

Pengaruh Lokasi Usaha dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan temuan penelitian, lokasi usaha dan kelengkapan produk saling berkaitan dan memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis memudahkan konsumen untuk datang ke Grosir MM Rabil, sementara kelengkapan produk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan memenuhi kebutuhannya secara menyeluruh. Kombinasi antara kemudahan akses dan ketersediaan produk yang lengkap membentuk persepsi positif di benak konsumen.

Persepsi positif tersebut tidak hanya mendorong keputusan pembelian pertama, tetapi juga menciptakan kecenderungan pembelian ulang. Konsumen yang merasa nyaman dengan lokasi dan puas dengan kelengkapan produk cenderung menjadikan Grosir MM Rabil sebagai pilihan utama dalam berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha dan kelengkapan produk merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola usaha grosir dalam upaya meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen.

4. Kesimpulan

Lokasi usaha Grosir MM Rabil terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta berada di lingkungan yang ramai dan aman memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan aktivitas berbelanja. Kemudahan akses ini membuat konsumen lebih tertarik untuk datang dan melakukan pembelian, baik untuk pertama kali maupun pembelian ulang. Dengan demikian, lokasi usaha menjadi salah satu faktor penting yang mendukung meningkatnya keputusan pembelian konsumen di Grosir MM Rabil.

Kelengkapan produk juga menjadi faktor utama yang mendorong konsumen memilih Grosir MM Rabil sebagai tempat berbelanja. Ketersediaan berbagai jenis produk kebutuhan sehari-hari yang cukup lengkap memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya tanpa harus berpindah ke tempat lain. Kondisi ini dinilai lebih efisien dari segi waktu dan biaya, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen. Kelengkapan produk yang memadai juga menciptakan persepsi positif terhadap usaha, yang pada akhirnya memperkuat minat beli dan loyalitas konsumen.

Secara bersama-sama, lokasi usaha dan kelengkapan produk memiliki peranan yang saling melengkapi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha, sementara kelengkapan produk memastikan bahwa kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara optimal. Kombinasi kedua faktor tersebut membentuk pengalaman berbelanja yang positif

bagi konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian dan kecenderungan untuk melakukan pembelian secara berulang di Grosir MM Rabil.

5. Daftar Pustaka

- Utami, C. W. (2017). Pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 85–94.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Perilaku konsumen dalam konteks ritel modern. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 45–56.
- Sari, D. P., & Handayani, R. (2019). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 210–218.
- Rahmawati, Y. (2018). Pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen ritel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 120–129.
- Setiawan, A., & Nugroho, B. (2021). Lokasi usaha sebagai faktor penentu minat beli konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 33–41.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Consumer buying decision process. *International Journal of Marketing Studies*, 8(4), 1–10.
- Lestari, S., & Prabowo, H. (2020). Persepsi konsumen terhadap kelengkapan produk ritel. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 98–107.
- Hasan, A. (2019). Faktor lingkungan dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 14–23.
- Putri, N. A., & Wibowo, A. (2018). Analisis keputusan pembelian konsumen pada usaha grosir. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 65–74.
- Moleong, L. J. (2017). Pendekatan kualitatif dalam penelitian perilaku konsumen. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 5(2), 40–49.