

HALAMAN MOTTO

"Orang lain tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!"



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayat, rezeki, dan segala karunia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, terimakasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi serta do'a-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku.
2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Saudara-saudara saya dengan penuh kesabaran dan kesetiaan selalu mendampingi dan memotivasi untuk semangat dan tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Tidak lupa terimakasih kepada sahabat-sahabatku semua yang selalu mensupport terimakasih atas kesetiaan kalian baik suka maupun duka.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
6. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

ABSTRAKSI

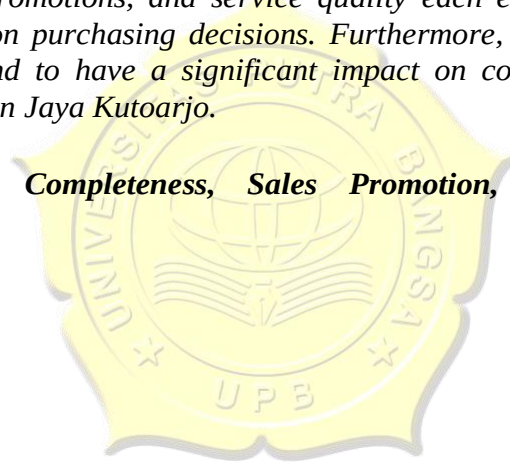
Sektor bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang dinamis dan kompetitif seiring pergeseran kondisi sosial-ekonomi serta perubahan perilaku konsumen. Super Iwan Jaya Kutoarjo sebagai salah satu pelaku usaha ritel di bidang *aksesoris* dan *sparepart smartphone* menghadapi dinamika persaingan tersebut, yang tercermin dari fluktuasi jumlah penjualan pada periode November 2025 hingga Januari 2026. Berdasarkan hasil observasi awal, keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kelengkapan produk (55,6%), promosi penjualan (19,4%), serta kualitas pelayanan (13,9%). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Super Iwan Jaya Kutoarjo.. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Super Iwan Jaya Kutoarjo. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian dianalisis menggunakan SPSS dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Super Iwan Jaya Kutoarjo.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The retail business sector in Indonesia is experiencing dynamic and competitive growth, driven by shifting socio-economic conditions and changing consumer behavior. Super Iwan Jaya Kutoarjo, a retailer specializing in smartphone accessories and spare parts, faces this competitive landscape, as evidenced by sales fluctuations between November 2025 and January 2026. Preliminary observations indicate that consumer purchasing decisions are heavily influenced by three key factors: product completeness (55.6%), sales promotions (19.4%), and service quality (13.9%). This study aims to analyze the influence of product completeness, sales promotions, and service quality—both individually and simultaneously—on consumer purchasing decisions at Super Iwan Jaya Kutoarjo. A quantitative approach was employed, utilizing primary data collected through questionnaires distributed to Super Iwan Jaya Kutoarjo customers. The sample was selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using SPSS via multiple linear regression analysis. The results demonstrate that product completeness, sales promotions, and service quality each exert a positive and significant influence on purchasing decisions. Furthermore, the three variables collectively were found to have a significant impact on consumer purchasing decisions at Super Iwan Jaya Kutoarjo.

Keywords: Product Completeness, Sales Promotion, Service Quality, Purchasing Decision.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhamma SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarsana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis.

Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almamater Universitas Putra Bangsa yang menjadi tempat penulis untuk menyelesaikan studi sarjana.

2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa serta dukungannya sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini
4. Bapak/Ibu dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
5. Teman-teman kelas Manajemen yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis, semua pihak yang membutuhkannya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Kebumen, 18 Juli 2026



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.2.	Kelengkapan Produk.....	20
2.1.3.	Promosi Penjualan.....	23
2.1.4.	Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.	Hubungan Antar Variabel	38
2.3.1.	Hubungan Kelengkapan produk dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.3.2.	Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian.....	39
2.3.3.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	39
2.4.	Model Empiris.....	40
2.5.	Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2.	Variabel Penelitian	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	48
3.5.1.	Data.....	48
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.6.1.	Populasi Penelitian	52
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	52
3.7.	Teknik Analisis	54
3.7.1.	Analisis Kuantitatif	54
3.7.2.	Analisis Deskriptif.....	55
3.8	Alat Analisis Data.....	55

3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	57
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.8.4.	Uji Hipotesis.....	60
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		65
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	65
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	65
4.2.	Analisis Deskriptif.....	66
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	69
4.3.	Analisis Statistik.....	70
4.3.1.	Uji Validitas	71
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	74
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	75
4.3.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.3.5.	Uji Hipotesis.....	80
4.4.	Pembahasan.....	86
4.4.1.	Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	86
4.4.2.	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.....	88
4.4.4.	Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan pembelian	89
BAB V SIMPULAN		90

5.1.	Simpulan	90
5.2.	Keterbatasan	91
5.3.	Implikasi.....	92
5.3.1	Implikasi Praktis	92
5.3.2	Implikasi Teoritis	94
DAFTAR PUSTAKA.....		96
LAMPIRAN		101



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Super Iwan Jaya Kutoarjo.....	3
Tabel I-2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian Super Iwan Jaya Kutoarjo	4
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
Tabel III-1 Distribusi Indikator Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variabel Kelengkapan Produk	46
Tabel III-3 Distribusi Indikator Variabel Promosi Penjualan	46
Tabel III-4 Distribusi Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	70
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	72
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk	72
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan.....	73
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	73
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolineritas.....	76
Tabel IV-11 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel IV-12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial	81
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan.....	85
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Penjualan Ritel di Indonesia	1
Gambar II-2 Model Empiris.....	41
Gambar IV-1 Hasil Heterokedasitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tautan Link Google Form

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden

Lampiran 4 Tabulasi

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel t

Lampiran 11 Tabel r

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal

