ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri ritel menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, terutama dalam hal penetapan harga dan kelengkapan produk. Toserba Borma Cipadung sebagai salah satu ritel lokal perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat mempertahankan daya saingnya di tengah dominasi ritel modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Toserba Borma Cipadung, Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Toserba Borma Cipadung, dan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Toserba Borma Cipadung.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan aktif Toserba Borma Cipadung. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 25.

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 5,226 dan signifikansi 0,000. Kelengkapan produk juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,365 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, harga dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 78,819 dan signifikansi 0,000. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,619 menunjukkan bahwa 61,9% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Dengan demikian, strategi harga yang kompetitif dan penyediaan produk yang lengkap terbukti secara nyata memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, dan dapat menjadi acuan dalam perumusan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: Harga, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian, Borma Cipadung