

## **Pengaruh Kelengkapan Produk, Tata Letak Toko, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Swalayan Purnama Di Kabupaten Bantul**

**Dewi Manda Sari<sup>1</sup>, Murti Sumarni<sup>2</sup>, Anindita Imam Basri<sup>3\*</sup>**

Email : [dewimanda08@gmail.com](mailto:dewimanda08@gmail.com)<sup>1</sup>, [omamurti53@gmail.com](mailto:omamurti53@gmail.com)<sup>2</sup>

Korespondensi: [anindita@upy.ac.id](mailto:anindita@upy.ac.id)<sup>3\*</sup>

**Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta**

### ***Abstract***

*The population used in this study were all consumers who shopped at the Purnama supermarket. The sample in this study was 80 respondents and used a non-probability sampling technique. Data analysis using SPSS 20. The results showed that partially the completeness of the product had a positive and significant effect on repurchase intention. Store layout has a positive and significant effect on repurchase intention. Simultaneously product completeness, store layout, and facilities have a positive and significant effect on repurchase intention. The effect of product completeness, store layout, and facilities on the purchase intention of Purnama supermarket consumers in Bantul Regency is indicated by the Adjusted R<sup>2</sup> value of 96.6%.*

***Keywords: Product Completeness, Store Layout, Facilities, Repurchase Intention***

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk,tata letak toko, dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul. Populasi dalam penelitian ini dilakukan mengacu pada seluruh konsumen yang melakukan perbelanjaan di Swalayan Purnama. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik non *probability sampling* dan jenis metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan SPSS 20. Hasil penelitian didapatkan bahwa secara parsial kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Tata letak toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Secara simultan kelengkapan produk,tata letak toko, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengaruh kelengkapan produk,tata letak toko, dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul ditunjukkan dengan nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 96,6%.

**Kata kunci: Kelengkapan Produk, Tata Letak Toko, Fasilitas, Minat Beli Ulang**

### **PENDAHULUAN**

Di era perkembangan yang modern ini, dunia bisnis ritel di Indonesia sudah semakin pesat. Banyaknya perkembangan bisnis ritel ini menyebabkan tingkat persaingan bisnis semakin tinggi dan menjadi tantangan yang tidak mudah bagi para pembisnis. Perkembangan yang pesat menyebabkan gaya hidup dan

berpikir kalangan masyarakat dapat berubah secara signifikan. Apabila bisnis ritel ingin memenangkan persaingan tersebut dengan mengembangkan konsep baru yang memenuhi preferensi dan persyaratan konsumen. Sebuah bisnis sangat ditentukan oleh adanya seorang konsumen, bisnis ritel yang terus berinovasi juga dapat menarik konsumen potensial, yang pada gilirannya dapat menjadi pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap produk kami dapat mendorong mereka untuk membeli lagi atau bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kelengkapan produk adalah bagian penting untuk menjalin hubungan baik konsumen akan kepuasan terhadap produk ataupun layanan yang diberikan dan terpenuhi, sehingga bisa timbul rasa inisiatif untuk kembali membeli produk atau mengulang pembelian ditempat yang sama untuk kedua kalinya atau seterusnya. Tata letak toko dapat diindikasikan dalam minat beli ulang konsumen. Konsumen mempunyai minat beli ulang dengan memilih suatu tempat bisnis ritel yang memiliki tata letak toko rapi dan bisa dilihat dari beberapa sisi. Tata letak toko menjadi hal yang penting bagi konsumen untuk bisa lebih melihat suatu produk yang akan dibelinya dalam keadaan yang tertata rapi dan dapat dijangkau dengan mudah.

Konsumen juga akan merasa puas dan timbul rasa untuk mengulang pembelian dengan adanya kenyamanan bisnis ritel dalam menyediakan fasilitasnya. Ketersediaan fasilitas yang memadai dan layak akan membuat konsumen nyaman untuk melakukan perbelanjaan. Salah satu bisnis ritel di Kabupaten Bantul yang cukup lama dikenal yaitu Swalayan Purnama. Swalayan Purnama ini berada di jalan Pramuka No. 03, Melikan Kidul, Bantul. Semakin banyaknya pesaing bisnis ritel di Kabupaten Bantul menjadikan konsumen mempunyai banyak pilihan tempat untuk melakukan perbelanjaan dan tentunya akan mengakibatkan sebuah tantangan bagi Swalayan Purnama untuk mempertahankan konsumennya.

Permasalahan yang terjadi di swalayan Purnama adalah Minimalnya jumlah koleksi produk atau barang yang disediakan mengakibatkan pemilihan produk atau barang konsumen terbatas. Tata letak toko untuk barang atau produk yang kurang rapi dan kurang tertata menjadikan konsumen kurang nyaman dan kesulitan untuk mencari produk atau barang yang akan dibeli. Fasilitas pendingin ruangan dengan menggunakan kipas kurang memberi kenyamanan konsumen saat berbelanja. Fasilitas ruang ganti yang minimalis dan kurang pencahayaan sehingga konsumen harus mengantri lama dan kurang nyaman.

#### **RUMUSAN MASALAH**

Berikut ini adalah rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas :

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul?
2. Apakah tata letak toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul?
3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul?

4. Apakah kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Minat Beli Ulang**

Menurut Menurut Wijaya (2015) minat beli ulang adalah suatu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian yang terjadi kesesuaian dari performa produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang menimbulkan minat konsumen untuk membeli kembali. Adanya minat beli ulang untuk memotivasi seorang konsumen untuk bisa menumbuhkan perilaku minat beli ulang pada suatu produk pada saat itu secara langsung maupun tidak langsung dan merasa puas. Berikut indikator minat beli ulang konsumen yaitu (Amadea, 2019):

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

### **Kelengkapan Produk**

Menurut Kotler (2012) kelengkapan produk adalah variasi produk yang disediakan untuk konsumen sehingga dapat dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi. Kelengkapan produk akan sangat mempengaruhi faktor konsumen untuk memilih dan mempunyai minat membeli dengan selalu memantau dan update berbagai produk yang sering diperlukan oleh konsumennya. Berikut indikator kelengkapan produk yaitu (Indri dan Ismi, 2019):

1. Keanekaragaman produk yang dijual
2. Variasi produk yang dijual
3. Ketersediaan produk yang dijual
4. Variasi merek yang dijual

### **Tata Letak Toko**

Menurut Foster (2008) tata letak toko merupakan adanya penataan fisik peralatan, penerapan barang dagangan, dan departemen di dalam toko. Dalam pemasaran adanya tata letak toko sangat membantu, karena sebuah tata letak toko yang baik dan rapi akan menimbulkan kesan tersendiri oleh konsumen. Berikut indikator tata letak toko yaitu (Auliya, 2020):

- 1) Adanya ketertarikan konsumen untuk berkeliling toko
- 2) Adanya pintu masuk dan keluar terpisah atau jika hanya satu pintu maka harus tersedia dengan pintu yang cukup lebar.
- 3) *Teaser product*
- 4) *Display product*
- 5) Kemudahan konsumen berkeliling toko

### **Fasilitas**

Menurut Kotler (2009) fasilitas adalah sesuatu yang bersifat peralatan fisik disiapkan oleh penyedia jasa untuk bisa digunakan oleh konsumen. Diperlukannya fasilitas dalam bisnis ritel agar konsumen bisa merasakan kenyamanan dan

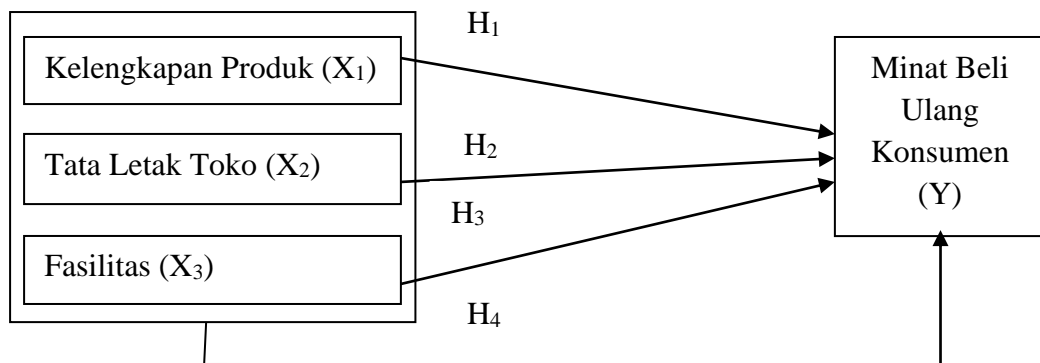
memperlancar suatu kegiatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berikut indikator fasilitas yaitu (Fandy, 2008):

- 1) Perancangan spasial
- 2) Perancangan ruangan
- 3) Perlengkapan atau perabotan
- 4) Tata cahaya
- 5) Warna
- 6) Pesan-pesan yang di sampaikan secara grafis

### PENELITIAN TERDAHULU

Ridwan & Noviarni (2021), menunjukkan hasil bahwa variabel tempat dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Aida Sari (2017), menunjukkan hasil bahwa 7 dimensi *store atmosphere* sebagai berikut: suhu, pencahayaan, warna, kebersihan, musik, aroma, dan tata letak toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Amirulmukminin (2020), menunjukkan hasil bahwa variasi produk dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang.

### KERANGKA BERPIKIR



**Gambar 1**  
**Kerangka Berpikir**

H<sub>1</sub> : Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

H<sub>2</sub> : Tata letak toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

H<sub>3</sub> : Fasilitas berpegaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

H<sub>4</sub> : Kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitan yang digunakan yaitu menggunakan Metode Kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan perbelanjaan di Swalayan Purnama Bantul dengan asumsi populasi dalam penelitian tidak diketahui. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 80

responden. Teknik untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Teknik pengambilan data yang digunakan kuesioner dengan pernyataan terkait oleh variabel dan sesuai dengan judul penelitian serta melakukan observasi dan wawancara.

## HASIL ANALISIS DATA

### Uji Instrumen

**Tabel 1**  
Hasil Uji Validitas

Variabel	No	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Minat Beli Ulang	1	0.911	0.000	Valid
	2	0.905	0.000	Valid
	3	0.916	0.000	Valid
	4	0.875	0.000	Valid
Kelengkapan Produk	1	0.911	0.000	Valid
	2	0.905	0.000	Valid
	3	0.916	0.000	Valid
	4	0.875	0.000	Valid
Tata Letak Toko	1	0.717	0.000	Valid
	2	0.823	0.000	Valid
	3	0.852	0.000	Valid
	4	0,774	0.000	Valid
	5	0.756	0.000	Valid
Fasilitas	1	0.812	0.000	Valid
	2	0.831	0.000	Valid
	3	0.851	0.000	Valid
	4	0.717	0.000	Valid
	5	0.832	0.000	Valid

Sumber : Data primer diolah 2022

Variabel kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada tiap variabel dapat dinyatakan valid.

**Tabel 2**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kelengkapan Produk (X <sub>1</sub> )	.871	Reliabel
Tata Letak Toko (X <sub>2</sub> )	.842	Reliabel
Fasilitas (X <sub>3</sub> )	.866	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	.918	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa nilai semua item pernyataan dikatakan reliabel pada setiap variabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel (X)	Koefisien regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
<b>Kelengkapan produk</b>	0,371	2,168	0,033	Signifikan
<b>Tata letak toko</b>	0,426	3,405	0,001	Signifikan
<b>Fasilitas</b>	0,327	2,219	0,029	Signifikan
<b>Konstanta = -5,215</b>				
<b>R<sup>2</sup> = 0,966</b>				
<b>F = 748,522</b>				
<b>Dependen variabel = Minat beli ulang (Y)</b>				

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan dengan melihat hasil pada tabel 3 yaitu :

1. Konstanta (a). Nilai konstanta yang diperoleh sebesar -5,215, artinya apabila variabel independen bernilai sama dengan nol (0) maka variabel dependen yaitu minat beli ulang (Y) akan menurun sebesar -5,215.
2. Kelengkapan produk (b<sub>1</sub>). Hasil dari perhitungan data diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien kelengkapan produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,371 yang menyatakan bahwa bernilai positif (searah). Hal tersebut menunjukkan bahwa kelengkapan produk mengalami peningkatan maka minat beli ulang (Y) akan meningkat sebesar 0,371.
3. Tata letak toko (b<sub>2</sub>). Hasil dari perhitungan data diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien tata letak toko (b<sub>2</sub>) sebesar 0,426 yang menyatakan bahwa bernilai positif (searah). Hal tersebut menunjukkan bahwa tata letak toko mengalami peningkatan, maka minat beli ulang (Y) akan meningkat sebesar 0,426.
4. Fasilitas (b<sub>3</sub>). Hasil dari perhitungan data diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien fasilitas (b<sub>3</sub>) sebesar 0,327 yang menyatakan bahwa bernilai positif (searah). Hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas maka minat beli ulang (Y) akan meningkat sebesar 0,327.

**Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Variabel kelengkapan produk diperoleh tingkat signifikansi  $0,033 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,168 > t_{tabel}$  1,992, maka variabel independen  $X_1$  kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji t**

Variabel	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan	Hasil
<b>Kelengkapan Produk</b>	2,168	1,992	0,033	Positif signifikan	$H_1$ : diterima
<b>Tata letak toko</b>	3,405	1,992	0,000	Positif signifikan	$H_2$ : diterima
<b>Fasilitas</b>	2,219	1,992	0,029	Positif signifikan	$H_3$ : diterima

Sumber: Data primer diolah 2022

2. Variabel tata letak toko diperoleh tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan  $t_{hitung}$  sebesar  $3,405 > t_{tabel}$  1,992, maka variabel independen  $X_2$  tata letak toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.
3. Variabel fasilitas diperoleh tingkat signifikansi  $0,029 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,219 > t_{tabel}$  1,992, maka variabel independen  $X_3$  fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F**

Variabel	Nilai F	Nilai Sig.	Keterangan
<b>Kelengkapan produk</b>	748.522	0.000	Signifikan
<b>Tata letak toko</b>			
<b>Fasilitas</b>			

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS *for windows versi 20* diperoleh nilai hasil  $F_{hitung}$  sebesar ( $748.522 > 2,73$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

### Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

**Tabel 6**  
**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Variabel	Nilai R	Nilai R Square	Nilai <i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
Kelengkapan produk	0.983	0.967	0.966	0.556
Tata letak toko				
Fasilitas				

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil olah data diatas menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,966 artinya bahwa variabel kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas menunjukkan pengaruh terhadap variabel minat beli ulang konsumen sebesar 96,6%, sedangkan sisanya 3,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh kelengkapan produk ( $X_1$ ) terhadap minat beli ulang konsumen (Y). Hasil dari analisis data dapat dilihat bahwa kelengkapan produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul. Hal ini didapat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,371 bernilai positif, tingkat signifikansi  $0,033 < 0,05$  sehingga semakin baik kelengkapan produk maka minat beli ulang semakin tinggi.
2. Pengaruh tata letak toko ( $X_2$ ) terhadap minat beli ulang konsumen (Y). Hasil dari analisis data dapat dilihat bahwa tata letak toko ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul. Hal ini didapat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,426 bernilai positif, tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga semakin baik tata letak toko maka minat beli ulang semakin tinggi.
3. Pengaruh fasilitas ( $X_3$ ) terhadap minat beli ulang konsumen (Y). Hasil dari analisis data dapat dilihat bahwa fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul. Hal ini didapat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,327 bernilai positif, tingkat signifikansi  $0,029 < 0,05$  sehingga semakin baik fasilitas maka minat beli ulang semakin tinggi.
4. Pengaruh kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen dari analisis data yaitu kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga secara simultan kelengkapan



produk, tata letak toko, dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Kelengkapan produk memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $2.168 > t_{tabel}$  1,992 dengan tingkat signifikansi  $0,033 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,371 bernilai positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.
2. Fasilitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $3.405 > t_{tabel}$  1,992 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,426 bernilai positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.
3. Fasilitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $2.219 > t_{tabel}$  1,992 dengan tingkat signifikansi  $0,029 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,327 bernilai positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.
4. Kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang. Hal tersebut dapat dilihat hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 748,522 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan didukung sejumlah 96,6%, sedangkan sisanya 3,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
5. Tata letak toko merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat beli ulang dikarenakan nilai koefisien regresi memperoleh nilai 0,426 paling tinggi serta mempunyai tingkat nilai signifikansi sebesar 0,001 dikatakan baik karena mendekati 0,000.

### Saran

Untuk hasil penelitian yang dijelaskan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Swalayan Purnama Bantul
  - a. Adanya kelengkapan produk di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul diharapkan mampu meningkatkan beragam macam dan jenis produk yang dijual atau disediakan agar selalu dapat memenuhi permintaan kebutuhan konsumennya.
  - b. Adanya tata letak toko di Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul diharapkan mampu mengkondisikan keadaan toko dan produk dengan baik agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja serta bisa menimbulkan dorongan minat beli ulang.
  - c. Adanya fasilitas yang disediakan oleh Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul perlu di perbaiki lagi untuk pendingin ruangan, pencahayaan, dan penataan ruangan agar konsumen merasa nyaman dan tidak merasa kegerahan serta pengembangan kedepannya akan lebih baik lagi jika diberikan spot kecil seperti taman dan tempat bermain untuk bisa menciptakan perkembangan ritel modern.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran, wawasan, dan memperluas obyek penelitian serta tempat penelitian yang tidak hanya

berfokus pada konsumen di toko ritel Swalayan Purnama di Kabupaten Bantul.

- b. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk bisa menambah variabel bebas atau independen dari faktor lainnya seperti : kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, selain dari faktor kelengkapan produk, tata letak toko, dan fasilitas yang nantinya bisa mempengaruhi minat beli ulang konsumen.

### **Tindak Lanjut**

Hasil penelitian ini dapat ditindak lanjuti dengan melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan variabel lain yang berhubungan dengan minat beli ulang konsumen. Dalam toko ritel sangat harus lebih memperhatikan kondisi mulai dari produk dan tempatnya karena sangat penting dalam kenyamanan konsumen dalam berbelanja agar bisa meningkatkan dorongan ke konsumen akan daya minat beli ulang untuk berbelanja kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aida Sari, A. S. (2017). Pengaruh Dimensi Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Super Store Di Bandar Lampung. *In Prosiding Seminar Nasional & Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI) Ke-9*. Forum Manajemen Indonesia (FMI) Ke-9.
- Amirulmukminin, A. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 4(3).
- Foster, Bob. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Principles of Marketing Global 14th edition*. New Jersey: Prentice.
- Lathifah, A. (2020). Pengaruh Tata Letak Toko, Harga, dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Crystal Bakery Banjarmasin.
- Pambudi, A. R. (2019). Pengaruh *Store Layout* Dan *Food Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Dan *Customer Satisfaction* Pada *Ready To Eat Bakery*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 1-7.
- Ridwan, M., & Noviarni, N. (2021). Pengaruh Tempat Usaha Dan Kelengkapan Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Supermarket Bangunan. *Jurnal Kompetitif*, 10(2), 84-95.
- Suarna, I. F., & Herawanty, I. D. P. (2019). Pengaruh E-Service Quality, Kelengkapan Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Matahari.com. *Ekubis*, 3(2), 143-154.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijaya, Tony (2015), "Pengaruh Service Quality Perception dan Satisfaction Terhadap Purchase Intention, *Modus Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.17 (1):39-52.