

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri elektronika dan teknologi informasi menjadi sangat krusial di Indonesia terutama setelah krisis Ekonomi melanda Indonesia yang semakin mempercepat laju digitalisasi. Hal ini mendorong terciptanya banyak inovasi dan ide kreatif yang berfokus pada integrasi antara perangkat keras (elektronika) dan perangkat lunak (teknologi informasi). Sejalan dengan transformasi digital yang kian masif berbagai aktivitas kehidupan kini bergantung pada teknologi informasi, mulai dari bidang pendidikan, layanan kesehatan, bisnis, hingga ke pemerintahan, maka dengan berbagai aktivitas yang mulai serba digital ini diperlukan perangkat pendukung untuk merealisasikan kemajuan teknologi pada era 4.0, kita juga perlu mempersiapkan perkembangan teknologi menuju ke era *society* 5.0 yang lebih kompetitif serta mempermudah interaksi antar manusia pada masa yang akan datang (Muzakki et al., 2024)

Provinsi Jawa Barat memegang peranan krusial sebagai salah satu basis utama sektor manufaktur di tingkat nasional yang secara konsisten menyumbang persentase terbesar, yaitu sekitar 40-50% dari total PDB nasional di bidang industri manufaktur. Provinsi ini memiliki konsentrasi kawasan industri terbesar seperti di Bekasi, Karawang dan Cikarang yang memegang peranan penting dalam berbagai industri, termasuk salah satunya adalah industri manufaktur di mana pabrik-pabrik elektronik multinasional seperti LG, Panasonic, Samsung beroperasi sehingga menciptakan rantai pasok (*Supply Chain*) yang kuat di wilayah ini.

Berbeda dengan Cikarang yang merupakan pabrik raksasa, Cimahi memiliki visi pengembangan kota yang berbasis teknologi informasi (Cimahi *Cyber City*). Hal ini dibuktikan dengan fokus pemerintah kota pada pengembangan Telematika (Telekomunikasi dan Informatika) dan Industri Kreatif (Animasi/ICT). Maka untuk mendukung visi tersebut diperlukan sebuah perangkat Komputer sebagai alat pendukung yang memadai untuk memenuhi kebutuhan infrastruktur digital bagi masyarakat.

Sebelum dikenal sebagai perangkat elektronik seperti sekarang, kata 'komputer' sejatinya disematkan kepada manusia yang berprofesi sebagai pekerja yang menggunakan perhitungan aritmetika, namun pada tahun 1822 mesin komputer pertama berhasil diciptakan oleh Charless Babbage yang dikenal sebagai tokoh penting sebagai penemu komputer pertama yang berasal dari Inggris. Babbage berhasil menciptakan sebuah mesin hitung bertenaga uap yang prinsip kerjanya sama dengan komputer modern saat ini yaitu dapat menghitung tabel angka atau komputasi, mesin inilah yang kemudian menjadi cikal bakal komputer modern saat ini, dengan berbagai perkembangan dan inovasi teknologi komputer ini terus berkembang sebelum akhirnya bertransformasi menjadi perangkat elektronik mutakhir seperti sekarang dengan berbagai macam kegunaan yang dapat mempermudah segala kebutuhan manusia modern.

Adanya perkembangan teknologi ini memberikan peluang bisnis yang besar bagi pemilik toko komputer dalam mendistribusikan kebutuhan konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan komponen komputer seperti perangkat keras (*Hardware*), perangkat lunak (*Software*), serta aksesoris tambahan sebagai

penunjang lainnya bagi masyarakat dan instansi untuk keperluan sehari-hari, dengan demikian toko komputer juga sangat berperan penting sebagai penyedia kebutuhan teknologi yang diperlukan oleh masyarakat, toko komputer ini dapat dikategorikan sebagai *retailers* dalam saluran distribusi teknologi (Kotler, P., dan Keller, K. L., 2016). Di daerah Cimahi terdapat cukup banyak toko komputer yang menyediakan berbagai produk dan jasa yang ditawarkan. Salah satunya adalah Toko Cimahi Utama Komputer yang berada di area yang cukup berdekatan antara toko-toko pesaing. Maka penulis akan menyampaikan beberapa toko yang berada di area yang sama sebagai perbandingan antara toko yang satu dengan yang lainnya.

Berikut ini adalah daftar toko yang berada di Cimahi berdasarkan data yang didapatkan melalui media internet:

Tabel 1.1
Daftar Toko di Wilayah Cimahi

No.	Nama Toko	Layanan / Produk
1.	NB Komputer	• Menjual Laptop / PC, • Aksesoris (Keyboard, mouse, monitor, CCTV, proyektor), • Service (Komputer, laptop, printer).
2.	Cimahi Utama Komputer	• Komponen komputer / laptop, • Aksesoris komputer • Service (Laptop dan Printer).
3.	Delta Computer	• Jual beli laptop baru / bekas, • Service (Komputer, laptop, Printer).
4.	Bey-Computer	• Service komputer • Hardware komputer
5.	Raya Computer	• Menjual Laptop / PC • Aksesoris komputer • Service komputer

Sumber: Olah Data Penulis (2025)

Berdasarkan tabel 1.1, maka terlihat bahwa setiap toko menawarkan berbagai produk dan jasa yang cukup bervariasi hal ini dapat mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen. Maka dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat dengan sejumlah toko lain dalam wilayah yang sama penting bagi Toko Cimahi Utama Komputer untuk mengetahui apa saja faktor yang akan memengaruhi keputusan pembelian, karena para konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan produk dengan berbagai variasi harga dan kelengkapan produk.

Namun tantangan Toko Cimahi Utama Komputer tidak hanya berasal dari kompetitor lokal namun juga dari pesatnya pertumbuhan pasar digital. Toko-toko besar di Marketplace sering kali menawarkan harga yang jauh lebih kompetitif karena biaya operasional yang lebih rendah. Hal ini memaksa toko ritel fisik untuk lebih memperhatikan strategi harga dan kelengkapan produk agar tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menginginkan keamanan transaksi fisik. Maka Penulis akan mencantumkan beberapa perbandingan harga pada toko *Offline* dan *Online*.

Berikut perbandingan rentang harga beberapa jenis produk antara toko fisik dan *Online* berdasarkan harga di Toko Cimahi Utama Komputer dan rata-rata harga di toko *Online*.

Tabel 1.2
Perbandingan Rentang Harga Toko *Offline* dan *Online*

No.	Jenis Produk	Toko <i>Offline</i>	Toko <i>Online</i>
1.	SSD (128 GB)	300.000 - 500.000	160.000 - 200.000
2.	Kabel VGA (1.5m -10m)	20.000 – 80.000	14.000 – 50.000
3.	Tinta Printer	135.000 – 150.000	50.000 – 80.000
4.	Mouse (Robot)	45.000 – 50.000	20.000 – 30.000

Sumber: Olah Data Penulis (2026)

Berdasarkan tabel 1.2, maka terlihat bahwa toko *offline* dan *online* memiliki perbedaan rentang harga yang cukup besar. Hal ini akibat dari biaya operasional

yang harus ditanggung oleh toko *offline* sedangkan toko *online* tidak membutuhkan biaya operasional yang tinggi karena tidak perlu memiliki toko secara fisik, namun toko *online* juga memiliki kekurangan yaitu tidak menyediakan jasa *service* komputer seperti yang ada pada Toko Cimahi Utama Komputer.

Kehadiran kompetitor dari toko *online* ini memang dapat memicu sensitivitas harga yang lebih tinggi di masyarakat. Namun, bagi konsumen yang membutuhkan barang dengan segera atau ingin memastikan kualitas fisik produk, toko *offline* tetap menjadi pilihan utama. Di sinilah letak pentingnya keseimbangan antara harga dan ketersediaan barang. Terkadang konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah saja, tetapi juga memperhatikan apakah produk yang tersedia lengkap sesuai dengan kebutuhan. Misalnya di toko komputer A menjual produk dengan harga yang lebih murah dari toko komputer B namun variasi produk lebih lengkap dibanding toko komputer A, konsumen bisa saja memilih toko komputer B meskipun harganya lebih mahal tetapi dengan variasi produk yang lebih lengkap, sehingga konsumen tidak perlu mencari kebutuhan lain pada toko yang berbeda. Sebaliknya ada pula konsumen yang tetap memilih toko komputer A dengan penawaran harga yang lebih rendah, meskipun tidak lengkap, demi menekan pengeluaran biaya.

Data pendukung diperlukan untuk menilai apakah Toko Cimahi Utama Komputer mengalami masalah akibat persaingan pasar yang sangat ketat di wilayah sekitarnya, peneliti mencantumkan data penjualan pada Toko Cimahi Utama Komputer dengan periode 11 bulan terhitung sejak Januari sampai November tahun 2025, adapun data penjualannya adalah sebagai berikut ini:

Tabel 1.3
Data Penjualan Toko Cimahi Utama Komputer
Januari – November 2025

No.	Bulan	Penjualan	Kenaikan / Penurunan	Persentase (%)
1.	Januari	Rp.11.703.175		
2.	Februari	Rp.10.409.725	- Rp.1.293.450	- 11
3.	Maret	Rp.8.009.800	- Rp.2.399.925	- 23
4.	April	Rp.10.459.900	Rp.2.450.100	31
5.	Mei	Rp.7.189.747	- Rp.3.270.153	- 31
6.	Juni	Rp.6.036.575	- Rp.1.153.175	- 16
7.	Juli	Rp.10.756.100	Rp.4.719.525	78
8.	Agustus	Rp.8.980.050	- Rp.1.776.050	-17
9.	September	Rp.8.758.055	-Rp.221.995	-2
10.	Oktober	Rp. 8.902.225	Rp.144.170	2
11.	November	Rp. 7.919.350	-Rp.982.875	-11

Sumber: Data Penjualan Toko Cimahi Utama Komputer (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3, maka terlihat bahwa Toko Cimahi Utama Komputer mengalami fluktuasi penjualan yang mengarah pada penurunan di periode Januari – November tahun 2025, meskipun terjadi kenaikan pada bulan April dan Juli namun terjadi penurunan tajam pada bulan Mei dengan nilai penjualan sebesar Rp.7.189.747, turun Rp.3.270.153 atau sebesar 31% dibandingkan bulan April. Penurunan ini merupakan yang terbesar sepanjang periode pengamatan dan terjadi setelah sempat adanya peningkatan penjualan pada bulan April. Kondisi ini dapat terjadi akibat dari ketidakmampuan Toko Cimahi Utama Komputer dalam mempertahankan momentum penjualan, sehingga hal ini mengindikasikan terjadi permasalahan dasar dalam yang disebabkan oleh berbagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penurunan yang signifikan dan berkelanjutan pada bulan-bulan setelahnya memperkuat indikasi bahwa harga dan kelengkapan produk belum mampu memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga

berpotensi menyebabkan peralihan pembelian ke toko pesaing serta melemahkan daya saing usaha.

Tabel 1.4
Kunjungan Konsumen Toko Cimahi Utama Komputer

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	370
2.	Februari	560
3.	Maret	320
4.	April	380
5.	Mei	290
6.	Juni	265
7.	Juli	483
8.	Agustus	342
9.	September	318
10.	Oktober	322
11.	November	297
Total		3.947

Sumber : Data Kunjungan Toko Cimahi Utama Komputer (2025)

Berdasarkan Tabel 1.4, maka terlihat bahwa Toko Cimahi Utama Komputer mengalami penurunan jumlah kunjungan yang signifikan pada bulan Mei dengan total kunjungan hanya sebanyak 290 orang, menurun dibandingkan bulan April yang mencapai 380 orang pengunjung. Hal ini sejalan dengan turunnya penjualan secara tajam pada bulan yang sama, yaitu 31%, yang merupakan penurunan terbesar sepanjang periode pengamatan. Kondisi ini mengindikasikan penurunan efektivitas toko untuk menarik konsumen dalam mendorong keputusan pembelian. Ketidaksinkronan antara fluktuasi jumlah pengunjung dan penjualan pada bulan-bulan setelahnya mempertegas adanya permasalahan mendasar dalam strategi harga dan kelengkapan produk, yang berdampak pada kestabilan kinerja penjualan serta rendahnya keputusan pembelian.

Adapun untuk mengetahui apa saja faktor penyebab terjadinya penurunan yang signifikan pada Toko Cimahi Utama Komputer, peneliti melakukan Pra-Survei dengan jumlah responden sebanyak 30 orang kepada konsumen yang berkunjung ke Toko Cimahi Utama Komputer dengan indikator yang digunakan adalah Harga dan Kelengkapan produk. Hasil Pra-Survei yang didapatkan adalah sebagai berikut ini:

Tabel 1.5
Hasil Pra Survei Harga

No.	Pernyataan	Jawaban Responden (30 Orang)			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Apakah Toko Cimahi Utama Komputer memberikan potongan harga (diskon) yang menarik perhatian Anda?	12	40%	18	60%
2.	Apakah Toko Cimahi Utama Komputer menawarkan produk dengan harga yang terjangkau?	12	40%	18	60%
3.	Apakah Harga produk di Toko Cimahi Utama Komputer lebih murah dibanding dengan harga yang ditawarkan toko komputer lain?	11	37%	19	63%
Rata-rata			39%		61%

Sumber: Data Kuesioner Pra Survei (2025)

Berdasarkan Tabel 1.5, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari tanggapan responden mengenai harga pada Toko Cimahi Utama Komputer secara keseluruhan menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga masih cenderung negatif.

Hal ini terlihat dari nilai rata-rata jawaban responden, di mana sebanyak 61% responden memberikan jawaban “**Tidak**” dan hanya 39% yang menjawab “**Ya**”.

Dari perolehan rata-rata tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas calon konsumen merasa kebijakan harga yang diterapkan perusahaan saat ini belum mampu memenuhi ekspektasi mereka, baik dari segi keterjangkauan maupun daya tarik promosi. Ketidakpuasan ini mencerminkan adanya hambatan pada variabel harga yang dapat mempengaruhi minat beli secara keseluruhan.

Secara spesifik, indikator dengan persentase jawaban “**Tidak**” tertinggi mencapai 63%, yang merujuk pada pernyataan mengenai perbandingan harga dengan kompetitor. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkan pada toko saat ini dianggap tidak lebih kompetitif dari toko lain di mata konsumen. Tingginya persepsi harga tersebut berpotensi menjadi penghambat utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, mengingat konsumen memiliki sensitivitas harga yang cenderung tinggi terhadap produk-produk elektronik.

Tabel 1.6
Hasil Pra Survei Kelengkapan Produk

No.	Pernyataan	Jawaban Responden (30 Orang)			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Apakah Toko Cimahi Utama Komputer menyediakan banyak pilihan variasi untuk satu jenis barang yang sama?	11	37%	19	63%

2.	Apakah Toko Cimahi Utama menyediakan berbagai macam kategori barang elektronik?	8	27%	22	73%
3.	Apakah Barang yang Anda cari selalu tersedia fisiknya (<i>Ready Stock</i>), saat berkunjung ke Toko Cimahi Utama Komputer?	9	30%	21	70%
4.	Apakah Toko Cimahi Utama Komputer menyediakan berbagai pilihan merek yang sesuai dengan preferensi Anda?	11	37%	19	63%
Rata-rata			33%		67%

Sumber: Data Kuesioner Pra Survei (2025)

Berdasarkan Tabel 1.6, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari tanggapan responden mengenai harga pada Toko Cimahi Utama Komputer secara keseluruhan menunjukkan bahwa ketersediaan dan keragaman produk masih dinilai kurang oleh konsumen. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata jawaban responden, di mana sebanyak 67% responden memberikan jawaban “**Tidak**” dan hanya 33% yang menjawab “**Ya**”.

Dari perolehan data rata-rata tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden merasa pilihan produk yang tersedia saat ini belum cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kesimpulan ini mencerminkan adanya masalah pada dimensi kelengkapan produk yang dapat memicu ketidakpuasan konsumen karena keterbatasan pilihan saat berbelanja di Toko Cimahi Utama Komputer.

Secara spesifik, indikator dengan persentase jawaban “**Tidak**” tertinggi mencapai 73%, yang merujuk pada pernyataan mengenai keberagaman kategori barang elektronik yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan bahwa Toko Cimahi Utama Komputer belum mampu menyediakan variasi kategori produk yang sesuai

di mata konsumen. Selain itu, 70% responden juga mengeluhkan ketidaksiapan stok fisik saat berkunjung. Keterbatasan variasi dan seringnya terjadi kekosongan stok ini dapat menjadi hambatan serius bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan komputasi mereka dalam satu tempat sekaligus, yang secara teoritis dapat berdampak langsung terhadap penurunan minat beli dan hilangnya peluang penjualan bagi pihak toko.

Tabel 1.7
Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Jawaban Responden (30 Orang)			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1.	Apakah Anda memutuskan membeli produk di Toko Cimahi Utama Komputer karena fitur dan spesifikasi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan?	10	33%	20	67%
2.	Apakah Anda memutuskan membeli produk karena pilihan merek yang ditawarkan di Toko Cimahi Utama Komputer sesuai dengan preferensi Anda??	9	30%	21	70%
3.	Apakah Anda memutuskan bertransaksi di Toko Cimahi Utama Komputer karena merasa aman dan terlayani dengan baik dibandingkan di toko lain?	11	37%	19	63%
4.	Apakah Anda memutuskan membeli produk di Toko Cimahi Utama Komputer saat ini dikarenakan ada desakan kebutuhan atau momen tertentu?	11	37%	19	63%

No.	Pernyataan	Jawaban Responden (30 Orang)			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
5.	Apakah Anda memutuskan jumlah produk yang dibeli di Toko Cimahi Utama Komputer karena sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki?	11	37%	20	63%
6.	Apakah Anda memutuskan bertransaksi karena Toko Cimahi Utama Komputer menyediakan berbagai opsi pembayaran yang mudah?	13	43%	17	57%
Rata-rata			36%		64%

Sumber: Data Kuesioner Pra Survei (2025)

Berdasarkan Tabel 1.7, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari tanggapan responden mengenai harga pada Toko Cimahi Utama Komputer secara keseluruhan menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian di Toko Cimahi Utama Komputer masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata jawaban responden, di mana sebanyak 64% responden memberikan jawaban “**Tidak**” dan hanya 36% yang memberikan jawaban “**Ya**”.

Dari perolehan rata-rata tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas calon konsumen cenderung belum menetapkan pilihannya untuk bertransaksi di Toko Cimahi Utama Komputer. Kesimpulan ini menunjukkan adanya masalah pada variabel keputusan pembelian yang diduga kuat dipengaruhi oleh harga dan kelengkapan produk yang sebelumnya diidentifikasi masih kurang optimal.

Secara spesifik, indikator dengan persentase jawaban “**Tidak**” tertinggi mencapai 70%, yang merujuk pada pernyataan mengenai keputusan membeli karena pilihan merek yang sesuai dengan preferensi. Hal ini mengindikasinya adanya kesenjangan antara merek yang disediakan toko dengan apa yang diinginkan konsumen. Artinya Toko Cimahi Utama Komputer masih belum mampu mengakomodasi kebutuhan dan preferensi konsumen secara optimal, sehingga niat konsumen untuk melakukan transaksi fisik di toko ini masih sangat terbatas

Fenomena ini menunjukkan bahwa pola perilaku konsumen tidak semata-mata tergiur dengan harga murah, tetapi juga mempertimbangkan nilai dari kelengkapan produk. Oleh karena itu penting untuk mengkaji sejauh mana pengaruh faktor harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan di atas ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer di Kota Cimahi”.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dapat diidentifikasi berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Hasil penjualan pada Toko Cimahi Utama Komputer mengalami fluktuasi penjualan yang cenderung menurun terhitung sejak Januari-November pada tahun 2025.

2. Jumlah kunjungan pelanggan pada Toko Cimahi Utama Komputer mengalami penurunan terhitung sejak Januari-November pada tahun 2025.
3. Hasil Pra-survei menunjukkan bahwa variabel harga masih menjadi kendala, terlihat pada jumlah rata-rata tertinggi, ada pada jawaban tidak sebanyak 61%.
4. Hasil Pra-survei menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk masih menjadi kendala, terlihat pada jumlah rata-rata tertinggi, ada pada jawaban tidak sebanyak 67%..
5. Hasil Pra-survei menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian masih menjadi kendala, terlihat pada jumlah rata-rata tertinggi, ada pada jawaban tidak sebanyak 64%..

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, maka penulis memutuskan untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini agar penelitian dapat dilaksanakan secara terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian ini. Adapun batasan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian (Variabel penelitian):
 - a. Harga,
 - b. Kelengkapan Produk,
 - c. Keputusan Pembelian.
2. Unit Observasi adalah konsumen pada Toko Cimahi Utama Komputer.
3. Unit Analisisnya adalah Toko Cimahi Utama Komputer.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai harga, kelengkapan produk dan keputusan pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer.
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Cimahi Utama Komputer.
3. Seberapa besar pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Cimahi Utama Komputer.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Cimahi Utama Komputer.

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen di Universitas Sangga Buana YPKP.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis, mengetahui, dan mendeskripsikan kondisi harga dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer.
2. Untuk mengukur seberapa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer.
3. Untuk mengukur seberapa pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer.

4. Untuk mengukur seberapa pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Cimahi Utama Komputer.

1.6. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis.

1.6.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian bagi calon peneliti berikutnya yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga penelitian mendatang dapat dikembangkan menjadi lebih komprehensif.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam memahami hubungan antar variabel harga, kelengkapan produk, dan keputusan pembelian.

1.6.2. Kegunaan Praktis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan strategi harga dan pengelolaan kelengkapan produk yang tepat, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan di bidang pemasaran, khususnya mengenai variabel harga dan kelengkapan produk, serta hubungan lainnya dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi pihak lain

Semoga penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi bisnis, serta acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

1.7.1. Tempat Penelitian

Tempat yang akan digunakan untuk penelitian yaitu Toko Cima
Komputer yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto No.37, Karangmekar, Kec. Cima
Tengah, Kota Cima, Jawa Barat 40523.

1.7.2. Waktu Penelitian

Tabel 1.8
Waktu Pelaksanaan Penelitian

[illegible]