

Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk

Maxsrita Tassya Sari¹, Bambang Suwarsono², Brahma Wahyu Kurniawan³
^{1,2,3}Universitas Islam Kadiri

Korespondensi penulis: maxsritatassya93@gmail.com¹

Abstract. *Very tight competition in the business world means entrepreneurs have to think about what consumers want, including looking at product diversity and prices. The aim of the research is to explain the influence of product diversity and prices partially and simultaneously on purchasing decisions at the Purgiono Bike Shop, Nganjuk City. This research uses quantitative methods. The population taken was 1,680 consumers using Non Probability techniques. The sample obtained was 94 respondents using the Slovin formula. Data processing uses the SPSS program. The results of this research are that product diversity and price have a significant simultaneous influence on purchasing decisions at the Purgiono Bike Shop, Nganjuk City.*

Keywords: *Product Diversity, Prices, Purchasing Decisions*

Abstrak. Persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis membuat pengusaha harus memikirkan apa yang diinginkan oleh konsumen, termasuk melihat dari keragaman produk dan harga. Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan pengaruh keragaman produk dan harga secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang diambil sejumlah 1.680 konsumen menggunakan teknik Non Probability. Sampel yang diperoleh sejumlah 94 responden menggunakan rumus slovin. Pengolahan data menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan antara terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin berkembang perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang sama untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu perusahaan harus memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang sebuah strategi pemasaran agar dapat menciptakan keputusan pembelian bagi konsumennya.

Received September 17, 2023; Revised September 19, 2023; Accepted September 19, 2023

* Maxsrita Tassya Sari, maxsritatassya93@gmail.com

Salah satu strategi untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan memberikan keragaman produk yang beragam agar bisa bersaing dengan pesaing lainnya. Karena ketika sebuah toko memiliki produk yang beragam, konsumen akan membuat keputusan pembelian, baik pembelian terencana maupun pembelian spontan (*impulse buying*). Menurut Kotler dan Keller (2015:18), (dalam Kaawoan, 2022:3), “Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada pembeli”. Oleh karena itu dengan produk yang dicari konsumen ada ketersediaan yang beragam akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Konsumen akan merasa puas jika produk yang diinginkan mudah dicari dan tersedia.

Dalam pemasaran harga juga merupakan faktor terpenting, karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Selain itu, harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha perusahaan. Perusahaan yang sukses dapat dilihat menurut seberapa banyak perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari tingkat harga yang ditetapkan dengan menjual produk atau jasanya. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141) sebagaimana yang dinyatakan oleh (Tulhusnah & Hariyadi, 2022:2) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Keputusan pembelian merupakan puncak dari perilaku konsumen baik oleh individu maupun rumah tangga yang membeli produk yang ditawarkannya. Semakin menarik keberagaman produk dan harga yang ditawarkan perusahaan, maka semakin semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Umar dan Husein (2016:18) dalam (Kaawoan et al., 2022:3) keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk”**

KAJIAN TEORITIS

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) sebagaimana yang dinyatakan oleh (Yolandia, 2022) “mengemukakan bahwa keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen”. Menurut Benson (2007:136), dalam (Lubis, 2019:22) indikator keragaman produk meliputi :

1. Ukuran produk yang beragam
2. Jenis produk yang beragam
3. Bahan Produk yang beragam

Harga

Menurut Tjiptono (2016:67) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Menurut Kotler & Amstrong (2012:76) (dalam Korowa et al., 2018:4) ada empat indikator harga meliputi :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Keputusan Pembelian

Menurut Umar dan Husein (2016:50) (dalam Kaawoan et al., 2022) Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian. Ada tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian Kotler (2018:70) (dalam Brama Kumbara, 2021:3), yaitu :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Hipotesis

H1 : terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian

H2 : terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

H3 : terdapat pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk. Menurut Sugiyono (2011:8) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk yang berada di Jl. Dermojoyo, Payaman, No. 39, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Sepeda Purgiono yang berjumlah 1.680 konsumen. Maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin mendapatkan hasil 94 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan Teknik *sampling insidental* untuk pengambilan sampel berdasarkan secara kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila yang ditemui oleh peneliti itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan jumlah konsumen yang diperkirakan selama tiga bulan di Toko Sepeda purgiono Kota Nganjuk yaitu 1.680 konsumen. Maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Menurut Sugiyono (Suryanikahsari Rizky, 2021) menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dan mendapatkan hasil sebesar 94 responden

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuesioner
5. Tinjauan Pustaka/Literatur

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

1. Uji Validitas Keragaman Produk

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel keragaman produk diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel keragaman produk dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Harga

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel harga diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel harga dinyatakan valid.

3. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada item variabel keputusan pembelian diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kuesioner pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu $0,664 > 0,60$, yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria, karena nilai Cronbach's Alpha > Standar Reliabilitas $0,60$, sehingga dinyatakan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini Reliabel.

Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dengan nilai residual diperoleh nilai asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas pada setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi ini.

3. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode scatter plot ditunjukkan bahwa plot atau titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Regression Standardized Predicted Value. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas pada variabel keragaman produk dan harga diperoleh nilai signifikan $F > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini bersifat linear.

Analisis Regresi Berganda

$$Y = 10,083 + 0,405 X_1 + 0,104 X_2$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 10,083 artinya apabila tidak ada hubungan keragaman produk (X_1) dan harga (X_2) atau nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian nilainya 10,083.
2. Variabel keragaman produk (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,405. Berarti bila keragaman produk bertambah satu satuan, maka keputusan pembelian bertambah 0,405.
3. Variabel karakteristik harga (X_2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,104. Berarti bila harga bertambah satu satuan, maka keputusan pembelian bertambah 0,104.

Uji t (parsial)

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel keragaman produk (X_1) memiliki nilai sig. t $0,000 < 0,05$. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, variabel harga (X_2) memiliki nilai sig. t $0,020 < 0,05$. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

Uji F (simultan)

Variabel keragaman produk dan harga mempunyai sig. F $0,000 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesis diterima. Jadi variabel keragaman produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0,377 atau 37,7%. Hal ini menunjukkan bahwa besar keragaman produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

sebesar 37,7%. Sedangkan sisanya sebesar 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian uji T atau uji parsial menunjukkan thitung $>$ ttabel $6,256 > 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji parsial pada variabel keragaman produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian uji T atau uji parsial menunjukkan thitung $>$ ttabel $2,372 > 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$, maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji parsial pada variabel harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

3. Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian uji T atau uji parsial menunjukkan Fhitung $>$ Ftabel $27,586 > 3,10$ dan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$, maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji parsial pada variabel keragaman produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil Analisa data dan pembahasan diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

2. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk
3. Variabel keragaman produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Sepeda Purgiono Kota Nganjuk.

DAFTAR REFERENSI

- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Kaawoan, N. Y., Tawas, H. N., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Presepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladies Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 510. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40049>
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*. 6(3).
- Lubis, N. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di PA sar Inpres 1 Kisaran. In *Carbohydrate Polymers* (Vol. 6, Issue 1).
- Sugiyono. (2011). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (14th ed.). ALFABETA, cv.
- Tjiptono. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tulhusnah, L., & Hariyadi, T. (2022). Pengaruh Keragaman produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rani Louhan Di Payangan Bali. *Growth*, 1(1). <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v19i2.1607>
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada TB ISNA Tulungagung. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(69), 5–24. <https://www.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/1687>

Penempatan Tabel

Tabel 1. Uji Validitas Keragaman Produk

Nomor Item	Person Correlation	Sig	Keterangan
X1.1	0,554	0,000	Valid
X1.2	0,694	0,000	Valid
X1.3	0,675	0,000	Valid
X1.4	0,462	0,000	Valid
X1.5	0,483	0,000	Valid
X1.6	0,422	0,000	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 2. Uji Validitas Harga

Nomor Item	Person Correlation	Sig	Keterangan
X1.1	0,608	0,000	Valid
X1.2	0,784	0,000	Valid
X1.3	0,610	0,000	Valid
X1.4	0,779	0,000	Valid
X1.5	0,755	0,000	Valid
X1.6	0,692	0,000	Valid
X1.7	0,774	0,000	Valid
X1.8	0,724	0,000	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 3. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Nomor Item	Person Correlation	Sig	Keterangan
X1.1	0,432	0,000	Valid
X1.2	0,654	0,000	Valid
X1.3	0,617	0,000	Valid
X1.4	0,409	0,000	Valid
X1.5	0,382	0,000	Valid
X1.6	0,352	0,000	Valid

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Nomor Item	Cronbach's Alpha	Sig	Keterangan
-------------------	-------------------------	------------	-------------------

Keragaman Produk	0,713	0,60	Reliabel
Harga	0,776	0,60	Reliabel

Variabel	Unstandardized Coefficients	Standardized	t	Sig.
----------	-----------------------------	--------------	---	------

Keputusan Pembelian	0,664	0,60	Reliabel
----------------------------	-------	------	----------

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 5. Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
0,200	Berdistribusi normal

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Keragaman Produk	0,941	1,062	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0,941	1,062	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 7. Uji Linieritas

Variabel	F	Sig	Keterangan
Keragaman Produk	1,570	0,112	Linier
Harga	0,423	0,963	Linier

Sumber: Peneliti (2023)

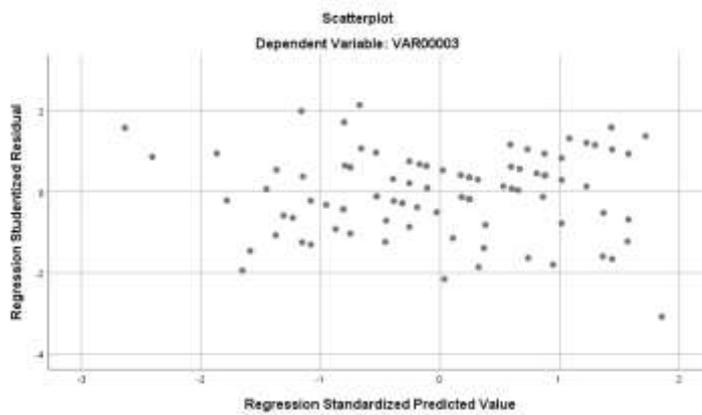
Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

			Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,083	1,828		5,515	,000
Keragaman	,405	,065	,533	6,256	,000
Harga	,104	,044	,202	2,372	,020

Sumber: Peneliti (2023)

Penempatan Gambar

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Peneliti (2023)