

Pengaruh Ragam Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada U.D Restu Mulia Pandan

Author:

Jaka Surya Panggabean¹
Hadijah Sipahutar²
Rifka Hadia Lubis³

Afiliation:

STIE Al-Washliyah Sibolga/
Tapanuli Tengah^{1,2,3}

Corresponding email

jakasurya916@gmail.com¹
hadijahsipahutar@gmail.com²
rifkahadia@yahoo.co.id³



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ragam produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Restu Mulia Pandan. Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Berdasarkan pengujian statistik secara parsial, nilai t hitung $5,888 > t$ tabel $1,988$ dan nilai signifikan $0,007 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa ragam produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan variabel harga menunjukkan t hitung $2,760 > t$ tabel $1,988$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan berdasarkan pengujian secara simultan (uji F), nilai F hitung $119,583 > F$ tabel $3,10$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya ragam produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai hasil koefisien korelasi berganda sebesar $0,856$ atau $85,6\%$ dimana berdasarkan interpersasi korelasi dinyatakan hubungan sangat kuat. Nilai angka R square menunjukkan sebesar $0,733$ ($73,3\%$), variabel keputusan pembeli dapat dijelaskan oleh ragam produk dan harga. Sedangkan sisanya yaitu $26,7\%$ dijelaskan oleh variabel lainnya. Maka berdasarkan hasil penelitian, hipotesis adanya pengaruh ragam produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada U.D Restu Mulia Pandan, Diterima.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Ragam Produk.

Pendahuluan

Pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen nya secara tepat, maka pelaku usaha akan mampu memberikan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelannya yaitu ragam produk. Pada dasarnya tidak ada patokan tentang jumlah dan jenis barang yang bisa di pajang pada rak barang yang akan dijual, tentunya mendekati keinginan pasar, sekali berbelanja bisa mendapatkan berbagai macam kebutuhannya. Maka dari itu sebagai pelaku usaha agar dapat memperhatikan keragaman produk yang akan dijual, baik itu jenis produk, variasi bentuk, ukuran, warna, merek, dan lain sebagainya. Selain keragaman produk, harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh pelaku usaha, dan harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Salah satu usaha dagang yang cukup terkenal di daerah pandan adalah UD. Restu Mulia Pandan dimana penulis tertarik untuk melakukan penelitian. UD. Restu Mulia adalah usaha dagang yang bergerak di bidang ritel (eceran) yang menjual berbagai macam produk dengan variasi harga yang terjangkau oleh masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil observasi penulis pada UD. Restu Mulia Pandan, bahwasannya kurangnya keragaman produk yang disediakan, baik itu jenis produk, merek produk, variasi rasa pada produk makanan ringan dan minuman berwarna, dan juga pada variasi ukuran produk, serta kurang terjangkau

nya harga produk yang ditawarkan di dibandingkan dengan harga produk di usaha dagang lain, hal ini menyebabkan sulitnya para konsumen dalam memutuskan pembeliannya pada UD. Restu Mulia Pandan. Maka dari itu berdasarkan latar belakang masalah, bahwasanya adanya pengaruh ragam produk dan harga pada keputusan pembelian, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada UD. Restu Mulia Pandan dengan judul: “Pengaruh Ragam Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Restu Mulia Pandan”.

Studi Literatur

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:358), mengatakan bahwa “Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen”. Dan adapun indikator ragam produk menurut Utami (2017:116) mengungkapkan bahwa dalam keragaman produk hal-hal yang harus dipertimbangkan meliputi : 1). Kelengkapan produk-produk, Keragaman produk adalah sejumlah kategori barang-barang yang berbeda didalam toko atau departemen store. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan. 2). Merek produk, Merek produk adalah banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan. 3). Variasi ukuran produk, Variasi ukuran produk adalah sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik. 4). Variasi kualitas produk, Variasi kualitas produk adalah standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, lebel, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk memberikan manfaat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013) dalam (Enos Korawa, 2018:29) “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atas jasa tersebut”. Adapun indikator harga menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2016:78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu: 1). Keterjangkauan harga, Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau. 2). Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan berkualitas. 3). Daya saing harga, Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar. 4). Kesesuaian harga dengan manfaat, Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

Menurut Buchari Alma (2013:96), mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan, *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli”. Adapun indikator keputusan pembelian menurut Thompson (2016:57), ada 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu: 1). Sesuai kebutuhan, Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan. 2). Mempunyai manfaat, Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen. 3). Ketepatan dalam membeli produk, Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen. 4). Pembelian berulang, Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

Untuk mendukung penelitian dan teori-teori didalam penelitian ini maka berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh ragam produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

- Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ita Massibuk, Silcyljeova Moniharapon dan Imelda W.J Ogi, (2019), yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan di Kota Manado”. Berdasarkan hasil penelitian variabel kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan tata letak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Pasar Golden Swalayan di kota Manado.
- Heni Gustina, (2018), yang berjudul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita Deli Serdang”. Menyatakan bahwa secara parsial dan simultan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mini Market Masita Deli Serdang.
- Deni Setiawan dan Mohammad Maskan, (2018), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri”. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional, merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen yaitu Ragam Produk (X1), dan Harga. Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di UD. Restu Mulia Pandan, berada di Jl. KH. Dewantara, Sibuluan indah, Kecamatan Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April - Agustus 2022.

Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 900 populasi yang diambil berdasarkan jumlah rata-rata konsumen yang berbelanja perbulannya. Dan untuk menentukan sampel, dengan menggunakan rumus slovin yaitu 10% dari jumlah populasi maka didapat sampelnya sebanyak 90 orang responden.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Studi Kepustakaan dilakukan studi kepustakaan dengan mengumpulkan teori- teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan. Teori sebagai penjelas sekaligus jalan penghubung pola berpikir antar variabel. Teori-teori didapat dari literatur penelitian terdahulu, buku, dan jurnal yang terpublikasi.
- Studi Lapangan Studi Lapangan yaitu dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara :
 - wawancara adalah Kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi dan data sesuai dengan apa yang menjadi faktor penelitian.
 - Kuesioner yaitu bentuk metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan dapat memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis penelitian ini menggunakan IBM Software Statistical Package for Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagaiberikut :

- Uji Instrumen
- Uji Korelasi Berganda
- Uji Determinasi
- Analisis Regresi Linier Berganda
- Uji Hipotesis t (Parsial) dan f (Simultan)

Hasil

- **Deskriptif Karakteristik Responden**

- **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel4.1, sebagai berikut :

Tabel 4.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	38	42%
2	Perempuan	52	58%
Jumlah		90	100%

Sumber : Data hasil penelitian tahun 2022

Pada Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki- laki berjumlah 38 orang (42%) dan perempuan sebanyak 52 orang (58%).

- **Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia**

Karakteristik responden berdasarkan tingkatan usia dapat dilihat pada Tabel4.2, sebagai berikut :

Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan tingkatan usia (Data hasil penelitian tahun 2022)

No	Tingkat Usia	Jumlah	Persentase
1	Dibawah 20 Tahun	25	28%
2	21-30 Tahun	28	31%
3	31-40 Tahun	23	25%
4	Diatas 40 Tahun	14	16%
Jumlah		90	100%

Sumber : Data hasil penelitian tahun 2022

Pada Tabel 4.2, dapat diketahui tingkatan usia responden yang paling banyak antara 21-30 Tahun yaitu sebanyak 28 orang (31%), dan yang paling sedikit usia diatas 41 tahun berjumlah 14 orang (16%).

- **Analisis Data**

- Uji Instrumen

- Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian, dapat dilihat pada Tabel 4.3, sebagai berikut :

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Status
Ragam Produk(X1)	Pernyataan 1	0,545	0,207	Valid
	Pernyataan 2	0,599	0,207	Valid
	Pernyataan 3	0,606	0,207	Valid
	Pernyataan 4	0,559	0,207	Valid
	Pernyataan 5	0,572	0,207	Valid
	Pernyataan 6	0,483	0,207	Valid
	Pernyataan 7	0,587	0,207	Valid
	Pernyataan 8	0,536	0,207	Valid
	Pernyataan 9	0,515	0,207	Valid
	Pernyataan 10	0,520	0,207	Valid
	Pernyataan 1	0,688	0,207	Valid

Harga (X2)	Pernyataan 2	0,706	0,207	Valid
	Pernyataan 3	0,702	0,207	Valid
	Pernyataan 4	0,587	0,207	Valid
	Pernyataan 5	0,508	0,207	Valid
	Pernyataan 6	0,693	0,207	Valid
	Pernyataan 7	0,624	0,207	Valid
	Pernyataan 8	0,598	0,207	Valid
	Pernyataan 9	0,559	0,207	Valid
	Pernyataan 10	0,589	0,207	Valid
	Keputusan Pembelian (Y)	Pernyataan 1	0,534	0,207
Pernyataan 2		0,627	0,207	Valid
Pernyataan 3		0,644	0,207	Valid
Pernyataan 4		0,486	0,207	Valid
Pernyataan 5		0,664	0,207	Valid
Pernyataan 6		0,744	0,207	Valid
Pernyataan 7		0,556	0,207	Valid
Pernyataan 8		0,595	0,207	Valid
Pernyataan 9		0,694	0,207	Valid
Pernyataan 10		0,711	0,207	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian memiliki nilai *rhitung* > dari *rtabel*. Maka kuesioner dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai penelitian.

- Uji Reliabelitas

Suatu variabel dikatakan handal apabila nilai *croanbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6. Namun apabila nilai *croanbach alpha* lebih kecil 0,6 maka kuesioner dianggap kurang handal. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.4, Sebagai berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabelitas

Variabel	Nilai CronbachAlpha	Keterangan
Ragam Produk (X1)	0,742	Reliabilitas
Harga (X2)	0,822	Reliabilitas
Keputusan Pembelian (Y)	0,827	Reliabilitas

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan bahwa nilai hitung *cronbach alpha* untuk setiap variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian > 0,60. Sehingga semua pernyataan variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

- Analisis Uji Korelasi Berganda

Merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan serta arah hubungan variabel ragam produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil uji korelasi dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5. Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary						
Model	R	Change Statistics				
		R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.856 ^a	.733	119.583	2	87	.000
a. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan pada Tabel 4.5 perhitungan persamaan maka diperoleh nilai korelasi sebesar 0,856 yang dimana tingkat hubungannya dikatakan sangat kuat.

- Uji Keofisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi dependent sangat terbatas. Adapun hasil output *IBM SPSS Statistics 26* dapat dilihat pada Tabel 4.6 Sebagai Berikut :

Tabel 4.6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.733	.727	2.213
a. Predictors: (Constant), Harga, Ragam Produk				
b. Dependent Variable: variabel y				

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 4.6, hasil output nilai *R square* dari model korelasi berganda yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebesar 0,733 yang memiliki tingkat hubungan dalam kategori kuat, dan menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (Ragam Produk dan Harga) dalam menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 0,733 atau 73,3%, sisanya 26,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

- Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda tujuannya adalah untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 7, Sebagai berikut :

Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients			t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.990	2.412		.411	.682
	Ragam Produk	.697	.118		5.888	.000
	Harga	.288	.104		2.760	.007
a. Dependent Variable: keputusan Pembeli						

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan hasil output SPSS pada Tabel 4.7, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,990 + 0,697X_1 + 0,288X_2 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut memberikan pengertian bahwa:

- Konstanta (α) = 0,990
 Nilai konstanta positif, menunjukkan pengaruh positif variabel independen, di mana jika variabel bebas yang terdiri dari variabel Ragam Produk (X_1), dan Harga (X_2) dianggap sama dengan nol, maka variabel keputusan pembeli di UD. Restu Mulia Pandan sebesar 0,990 satuan.
- Koefisien $\beta_1 = 0,697 X_1$ (Ragam Produk)
 Menunjukkan bahwa variabel Ragam Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembeli sebesar 0,697, yang artinya jika Ragam Produk ditingkatkan 1 satuan saja maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,697 satuan. Sebaliknya jika Ragam Produk diturunkan 1 satuan saja maka keputusan pembelian menurun 0,697 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
- Koefisien $\beta_2 = 0,288 X_2$ (Harga)
 Menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembeli sebesar 0,288, yang artinya jika Harga ditingkatkan 1 satuan saja maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,288. Sebaliknya jika harga diturunkan 1 satuan saja maka keputusan pembelian menurun 0,288 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
- Uji Hipotesis
 - Uji t (Parsial), Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (Ragam Produk X_1 dan Harga X_2) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian Y). Hasil uji t apat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut :

Tabel 4.8. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.990	2.412	.411	.682
	Ragam Produk	.697	.118	5.888	.000
	Harga	.288	.104	2.760	.007

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik t (Parsial) memperoleh t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2; 90-2-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025; 87) = 1,988$$

Dari pengolahan data untuk uji t pada Tabel 4 . 8 , maka di dapatkan hasil sebagai berikut:

- Pengaruh Ragam Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh *thitung* sebesar 5,888 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,988 sehingga *thitung* 5,888 > t_{tabel} 1,988 dan signifikan $0,007 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeliandi UD. Restu Mulia Pandan
- Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembeli (Y)
 Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh *thitung* sebesar 2,760 sedangkan

t_{tabel} sebesar 1,988 sehingga t_{hitung} 2,760 > t_{tabel} 1,988 dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Restu Mulia Pandan.

- Uji f (Simultan), Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (harga X1 dan kelengkapan produk X2) secara simultan (serentak) berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian Y). Untuk menentukan nilai F_{tabel} digunakan persamaan sebagai berikut :

$$F_{tabel} = (k ; n - k)$$

$$F_{tabel} = (2;90-2)$$

$$F_{tabel} = (2;88) = 3,10$$

Berdasarkan perhitungan persamaan F_{tabel} maka diperoleh F_{hitung} sebesar 3,10. Hasil uji F menggunakan Program IBM SPSS Statistics 26, dapat dilihat pada Tabel 4.9, sebagai berikut :

Tabel 4.9. Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1170.819	2	585.410	119.583	.000 ^b
	Residual	425.903	87	4.895		
	Total	1596.722	89			
a. Dependent Variable: variabel y						
b. Predictors: (Constant), variabel x2, variabel x1						

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 4. 9, hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 119.583 > F_{tabel} 3,10 dan nilai sig. $0,000 < (\alpha = 0,05)$. Hal ini menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara simultan variabel Ragam Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Restu Mulia Pandan.

Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh dan hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dimana variabel X1 yaitu ragam produk dan X2 yaitu harga dan variabel Y adalah Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 119.583 > F_{tabel} 3,10 dan nilai sig. $0,000 < (\alpha = 0,05)$. Hal ini menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan secara simultan variabel Ragam Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli di UD. Restu Mulia Pandan. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”.

Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya, oleh Deni Setiawan dan Mohammad Maskan, (2018), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri”. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ita Massibuk, Silcyljeova Moniharapon dan Imelda W.J Ogi, (2019), yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan di Kota Manado)”. Berdasarkan hasil penelitian variabel kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan tata letak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Pasar Golden Swalayan Swalayan Di kota Manado.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : 1) Hasil pengujian instrumen (uji validitas) yang dilakukan menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,207 dengan sign 0,05). Yang berarti semua butir pernyataan ketiga variabel tersebut dinyatakan valid sehingga memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian. 2) Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6. Reliabilitas baik sehingga semua alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat yang dihandalkan. 3) Berdasarkan analisis koefisien korelasi berganda nilai f_{hitung} yang diperoleh sebesar 119.583, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan secara simultan antara Ragam produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen UD. Restu Mulia Pandan.4) Berdasarkan analisis koefisien determinasi yang diperoleh sebesar $0,733 = 73,3\%$, hal ini bermakna bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel ragam produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 73,3% pada UD. Restu Mulia Pandan, sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model 26,7 %. 5) Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh $Y = 0,990 + 0,697X_1 + 0,288X_2$ yang menunjukkan pengaruh ragam produk dan harga akan bertambah sebesar koefisien (0,697X₁ dan 0,288X₂). 6) Berdasarkan hasil uji hipotesis t secara parsial variabel Ragam Produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). 7) Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Harga (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). 8) Berdasarkan hasil uji f secara simultan pada variabel Ragam Produk (X₁) dan Harga (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Referensi

- Buchari, Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Enos Korawa, S. S. 2018. *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 6 No.3
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, Heni (2018) *Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Hasyim Hasanah, 2016, *Teknik Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu Ilmu Sosial)*, Jurnal At-Taqaddum, vol.8, no.1, Universitas Islam Negeri Semarang
- I.Masibbuk.,S.Moniharapon.,I.W.J.Ogi., (2019) *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dantata Letak Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado)*
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Ma'sumah, S. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul dan Hipotesis Penelitian*. Banyumas: CV. Rizquna
- Maskan, D. S. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri*. JAB Jurnal Administrasi Bisnis E-ISSN: 204-5523 ISSN:2407-3741.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D* Bandung : Alfabeta

Utami , R. P., & Saputra, H. (2017, oktober). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan*. Jurnal Niagawan, Vol. 6 No. 2.