

Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Baju Murni Jaya Kota Pasuruan

Andina Nurul Masruroh; 13andinn@gmail.com
M. Tahajjudi Ghifary; ghifary.one@gmail.com
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko baju muni jaya kota Pasuruan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data melalui SPSS versi 23. Responden berjumlah 100 konsumen yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh. Secara simultan, ketiga variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) menunjukkan pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 70,4%. Kesimpulan penelitian adalah keragaman produk dan kualitas pelayanan memiliki dampak lebih besar dalam memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan dengan harga.

Kata kunci: keragaman produk; harga; kualitas pelayanan; keputusan pembelian

ABSTRACT

This study examines the effect of product diversity, price and service quality on purchasing decisions at the Muni Jaya clothing store in Pasuruan City. The study used a quantitative method with data analysis through SPSS version 23. Respondents numbered 100 consumers selected using purposive sampling techniques. Data were collected using a questionnaire with a Likert scale. The results of the validity and reliability tests showed that all research instruments were valid and reliable. Multiple linear regression tests showed that partially, product diversity and service quality had a significant effect on purchasing decisions, while price had no effect. Simultaneously, the three independent variables (product diversity, price and service quality) showed a significant effect between the independent variables on the dependent variable, with a coefficient of determination (R^2) of 70.4%. The conclusion of the study is that product diversity and service quality have a greater impact on influencing purchasing decisions than price.

Keywords: product diversity; price; service quality; purchasing decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pada saat ini sangat pesat, terutama pada bidang fashion. Persepsi konsumen Indonesia terhadap mode dan cara berpakaian, telah mendukung pesatnya perkembangan industri pakaian. Adanya kebutuhan masyarakat dan kondisi lingkungan melibatkan berbagai hal seperti gaya hidup, ekonomi, kemasyarakatan, politik dan budaya. Hal ini mendorong adanya produk-produk dengan model yang baru sesuai dengan trend saat ini. Tren yang berubah-ubah merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan pasar masyarakat akan jenis pakaian dan aksesoris yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tingkah laku masyarakat Indonesia yang dapat dengan mudah menyerap tren

fashion terkini, merupakan peluang besar bagi para pengusaha fashion. Karena konsumen didorong untuk beradaptasi dengan tren saat ini dan menghindari dicap ketinggalan zaman. Industri fashion merupakan jalinan antara produk, budaya, dan inovasi teknologi yang saling mempengaruhi dan berkembang seiring waktu (Joyce K. M. Kuo (2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Di sisi lain, dari pentingnya suatu keputusan pembelian dari konsumen yang menjadikan para pembisnis memiliki keinginan mengetahuinya yaitu disebabkan karena keputusan konsumen adalah sumber dari sebuah keuntungan baginya. Sedangkan untuk mendapatkan keputusan pembelian dari seorang konsumen, maka pemilik toko memenuhi yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen. Sebaliknya, jika keputusan konsumen tidak didapatkan, maka berdampak buruk pada perusahaannya.

Toko Murni Jaya merupakan salah satu contoh usaha dibidang fashion yang berlokasi di Kota Pasuruan. Toko ini dulu sangatlah rame, setiap hari banyak Masyarakat yang membeli baju, celana, sandal dll di Toko Murni Jaya. Lokasi yang cocok berada di Tengah-tengah kota serta dekat dengan Kawasan wisata religi makam Kh. Abdul Hamid yang setiap hari banyak pengunjung. Seiring berjalannya waktu Toko Murni Jaya menjadi sepi pembeli karena sudah banyak toko toko yang berdekatan dengan Toko Murni Jaya. Toko-toko sejenisnya yang menjual produk lebih menarik dan menjual produk-produk sesuai dengan trend. Toko Murni Jaya menjadi kalah saing karena produk-produk yang jual tidak bermacam-macam variasi serta tidak mengikuti trend saat ini.

Keragaman produk salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Keragaman produk merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen karena mereka memiliki pilihan yang lebih banyak sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Konsumen yang ingin berbelanja di toko tersebut akan melihat dan memilih produk yang dia inginkan dan ia butuhkan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Fandy Tjiptono (2014:8) Keputusan pembelian adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan

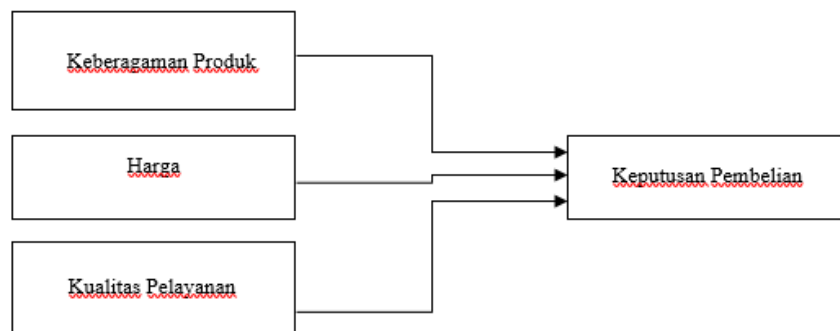
Harga juga menjadi salah satu faktor penting dalam proses pembelian, dimana konsumen berharap dengan mengeluarkan biaya yang sedikit namun mendapatkan kualitas produk yang baik itu menjadi tantangan bagi penjual sendiri bagaimana bisa menetapkan harga yang pas untuk produk yang dijualnya. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2018, hlm.151).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal yang utama dalam kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan yang telah diberikan oleh Perusahaan, dapat menciptakan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan karena pelanggan merasa puas atas jasa yang telah diterima. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap Tingkat pelayanan yang diterima dengan Tingkat pelayanan yang diharapkan, apalagi pelayanan yang diberikan dan diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan (Kotler & Keller, 2021: 442).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) kemudian keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja pakaian di Toko Baju Murni Jaya Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan rumus Hair, karena jumlah sampel belum diketahui dengan pasti, jumlah sampel yang representatif didasarkan pada jumlah indikator ($N = 5 \times 18 = 90$, dikenakan jadi 100) sehingga diperoleh sampel dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, kriteria pria dan wanita berusia diatas 17 tahun dan pernah berbelanja di Toko Murni Jaya Kota Pasuruan dengan minimal 1 kali pembelian. Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel skala interval jenis skala likert dengan jawaban sangat setuju yang memiliki poin paling tinggi 5 dan sangat tidak setuju yang memiliki poin paling rendah 1. Data primer penelitian ini didapat dari hasil kuesioner dan data sekunder diperoleh dari observasi di studio peps serta sumber pustaka yang dinilai memiliki relevansi dengan penelitian ini. Pengujian setiap data menggunakan alat uji SPSS 23. Instrumen kuesioner diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas kemudian data dianalisis dengan metode regresi linier berganda yang sebelumnya telah melalui uji asumsi klasik. Hipotesis diuji dengan uji F untuk mengukur pengaruh secara simultan dan uji t untuk mengukur pengaruh secara parsial.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Keterangan:

Simultan : - - - - ->

Signifikan : —————>

H1: Keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian

H2: Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian

H4: Keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

No.	Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	R tabel	Nilai Sig	Keterangan
1.	Keragaman produk	0,820	0,1966	0,000	Valid
2.		0,748	0,1966	0,000	Valid
3.		0,746	0,1966	0,000	Valid
4.		0,793	0,1966	0,000	Valid

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga

No.	Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	R tabel	Nilai Sig	Keterangan
1.	Harga	0,776	0,1966	0,000	Valid
2.		0,804	0,1966	0,000	Valid
3.		0,654	0,1966	0,000	Valid

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	R tabel	Nilai Sig	Keterangan
1.	Kualitas pelayanan	0,665	0,1966	0,000	Valid
2.		0,693	0,1966	0,000	Valid
3.		0,653	0,1966	0,000	Valid
4.		0,718	0,1966	0,000	Valid
5.		0,709	0,1966		

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No.	Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	R tabel	Nilai Sig	Keterangan
1.	Keputusan pembelian	0,692	0,1966	0,000	Valid
2.		0,690	0,1966	0,000	Valid
3.		0,775	0,1966	0,000	Valid
4.		0,681	0,1966	0,000	Valid
5.		0,712	0,1966		

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil dari uji validitas, diperoleh dari hasil r hitung lebih besar daripada r tabel pada setiap instrumen kuesioner variabel yaitu variabel Keragaman Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). R tabel dari N = 100 responden yaitu 0,1966 dengan hasil signifikansi lebih kecil dari 5%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki kevalidan pada semua instrumen kuesionernya.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha
1.	Keragaman Produk	0,802
2.	Harga	0,634
3.	Kualitas Pelayanan	0,740
4.	Keputusan Pembelian	0,786

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh bahwa setiap variabel menghasilkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6. Maka seluruh variabel penelitian ini menunjukkan hasil yang reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39449423
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.055
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas metode Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai signifikasinya lebih besar dari nilai signifikansi standard erornya yaitu $0,200 > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) dan variabel terikatnya (keputusan pembelian) terdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 7. Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Deviation from Linearity	Keterangan
Keragaman Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,089	Linier
Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,116	Linier
Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,758	Linear

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel uji linearitas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi X1 terhadap Y pada deviation from linearity $0,089 > 0,05$. Nilai signifikansi X2 terhadap Y pada deviation from linearity $0,116 > 0,05$. Nilai signifikansi X3 terhadap Y pada deviation from linearity $0,758 > 0,05$ Kesimpulannya ialah hubungan variabel independen sudah linier, dengan kata lain asumsi uji linearitas sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Variabel Dependen	Variabel Independen	Collinearity Statistics		Ketrangan
		Tolerance	VIF	
Kepuasan Konsumen (Y)	Keragaman Produk (X1)	0,494	2,026	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Harga (X2)	0,993	1,008	
	Kualitas Pelayanan (X3)	0,496	2,016	

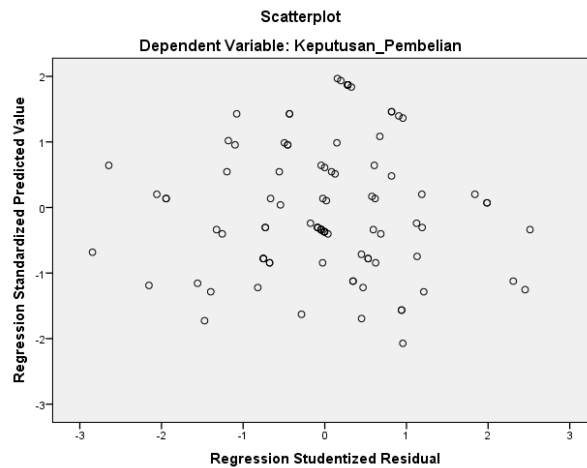
Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan uji multikolinearitas, variabel bebas (independent) pada penelitian ini yaitu keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan menunjukkan nilai VIF keragaman produk (X1): 2,026. Nilai VIF harga (X2): 1,008. nilai VIF kualitas pelayanan (X3):

2,026 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 10. Kemudian nilai tolerancinya yaitu X_1 : 0,494. X_2 : 0,993. X_3 : 0,496 yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat dinyatakan penelitian ini tidak ada problem multikolinearitas karena telah memenuhi kriteria nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Grafik Scatterplot



Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan uji heteroskedastisitas, dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas pada titik-titiknya serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dari kriteria tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode untuk menganalisis pengaruh dari perubahan variabel independent terhadap variabel dependent baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini adalah tabel hasil uji dari analisis regresi linier berganda:

Table 9. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.748	1.751		.427	.670		
	Keragaman_Produk	.404	.083	.383	4.851	.000	.494	2.026
	Harga	.104	.092	.063	1.126	.263	.993	1.008
	Kualitas_Pelayanan	.592	.089	.523	6.631	.000	.496	2.016

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 0,748 + 0,404X_1 + 0,104X_2 + 0,592X_3 + e$$

$\beta_0 = 0,748$ artinya jika terjadi perubahan pada X_1, X_2, X_3 maka Y sebesar 0,748

$\beta_1 = 0,404$ artinya jika X_1 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,404 dengan syarat X_2 konstan

$\beta_2 = 0,104$ artinya jika X_2 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,104 dengan syarat X_1 konstan

$\beta_3 = 0,592$ artinya jika X_3 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,592 dengan syarat X_3 konstan

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 0,083 X_1 + 0,063 X_2 + 0,523 X_3 + e$$

$\beta_1 = 0,083$ artinya jika X_1 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,083 dengan syarat X_2 konstan

$\beta_2 = 0,063$ artinya jika X_2 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,063 dengan syarat X_1 konstan

$\beta_3 = 0,523$ artinya jika X_3 naik 1 satuan maka Y akan naik sebesar 0,523 dengan syarat X_3 konstan

Koefisien Determinasi (R^2)

Table 10. Hasil Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.704	.695	1.416	1.914

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Keragaman_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: data diolah, 2024

$R^2 = 0,704 = 70,4\%$ artinya keberagaman dari Y dapat dijelaskan oleh X_1, X_2 , dan X_3 sebesar 70,4% sedangkan sisanya 29,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikan
Keragaman Produk	4,851	0,000
Harga	0,063	0,263
Kualitas Pelayanan	0,523	0,000

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Produk (X_1) terima H_1 , variabel Harga (X_2) tolak H_1 , sedangkan Kualitas Pelayanan (X_3) terima H_1 dapat diartikan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 12. Hasil Uji F

Variabel Independen	Variabel Dependen	Nilai Hitung F	Signifikan
Keragaman produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian	76,082	0,000

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel diatas menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 berarti terdapat pengaruh variabel keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko baju murni jaya kota pasuruan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut, variabel keragaman produk berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian dapat diartikan bahwa keragaman produk menjadi pertimbangan dalam memenuhi keputusan pembelian. Variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian artinya harga yang tertera tidak memberikan dampak dalam memenuhi keputusan pembelian. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan menjadi pertimbangan dalam memenuhi keputusan pembelian. Variabel keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan telah dianggap sesuai dengan tidak sengaja dapat menimbulkan keputusan pembelian.

REFERENSI

- Abdullah, T. F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Adisaputro, K. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *JSMB: Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6, 96-104. Retrieved from <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/viewFile/6688/4210>
- Dinda Dwi Marsella, M. T. (2020, June). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2, 236-241. Retrieved from <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/294/333>
- IffaAinur Rozi, K. (2021, May). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACESHOPEE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017/4028>
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta Barat: PT INDEKS .
- Lusiana Tulhusnah, T. H. (2022, August). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP. *JPM: Jurnal Purnama Media*, 1. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/555958-pengaruh-keragaman-produk-harga-dan-loka-071a051f.pdf>
- Nida Aulia Amatullah, R. A. (2022, February). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Minimarket Swalayan 89 Kota Probolinggo). *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, 11. Retrieved from <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15146/11327>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta.
- Syachroni, A. (2020, Desember). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/2601/6/ARTIKEL%20BAHASA%20INDONESIA.pdf>