SYNERGY
Jurnal Bisnis dan Manajemen

Vol 3, No 2, Oktober 2023, p. 68-71
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v3i2.32

RESEARCH ARTICLE OPEN ACCESS

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vierra Oleh-Oleh Kota Pekanbaru

Nurul Ilmi[1]*, Rosmayani[2]

[1] Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau

Correspondent email : nurulilmiyuun@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to analyze, know and explain the effect of product diversity on purchasing decisions at Viera Souvenirs in Pekanbaru City. This research uses quantitative methods by processing the data obtained from the population and research sample of 100 respondents. The type and source of data used in this research is using secondary data and primary data where data collection is through distributing questionnaires and conducting interviews. Then from the data that has been collected the authors identify and classify the data using descriptive analysis methods, namely conducting research from data that has been found in the field. From the results of the study, it was obtained that the product diversity variable was in the strongly agree category, and the purchase decision variable was in the strongly agree category. Then from statistical calculations there are results where product diversity has a significant effect on purchasing decisions at Viera Souvenirs in Pekanbaru City.*

Keywords: *Product Diversity, Products, Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia pada saat ini terus berkembang semakin pesat hal ini tidak luput dari adanya peran teknologi dan juga informasi yang semakin maju, yang dapat memicu ketatnya persaingan dalam dunia bisnis. Terus meningkatnya permintaan pasar mendorong para pe laku usaha untuk dapat terus menerus melakukan inovasi dan juga kreatifitas guna untuk menarik para pelanggan, selain itu pelaku usaha juga diharapkan dapat tanggap akan membaca keinginan para konsumen saat ini dan juga peluang bisnis yang ada dipasaran. Termasuk diantaranya persaingan didalam dunia kuliner, dengan berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia mengakibatkan meningkatnya persaingan diantara bisnis kuliner tersebut yang mengharuskan masing-masing individu untuk dapat bersaing lebih kompetitif dibidang pemasarannya.

Dengan adanya keunikan juga keberagaman budaya tersebut, mengakibatkan terjadinya peluang pada sektor bisnis kuliner. Para pebisnis dapat memanfaatkan kesempatan ini agar dapat memperkenalkan ciri khas daerahnya masing-masing, tidak terkecuali kota Pekanbaru yang turut memperkenalkan makanan-makanan khas daerahnya.

Keragaman produk merupakan salah satu faktor penting bagi seorang konsumen dalam aktivitas berbelanja. Barang yang beragam, juga lengkap menjadi faktor pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk berbalanja atau tidak. Menurut Kotler dalam (Suhardi et al., 2020) keragaman produk ialah kumpulan dari semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk menurut Kotler dalam (Suhardi et al., 2020) yakni mempunyai lebar, panjang, kedalaman juga konsistensi tertentu.

Dengan adanya produk yang beragam inilah konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, menurut (Kotler & Lane, 2009) keputusan pembelian ialah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dari rumah tangga yang membeli barang maupun jasa guna konsumsi pribadi. Pada dasarnya proses pengambilan bagi setiap orang adalah sama, namun ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masing-masing individu untuk membuat keputusan yang berbeda seperti faktor pribadi, sosial, budaya, dan juga faktor psikologi dalam (Setiadi, 2013). Dengan tercapainya tujuan pebisnis kepada pasar sasaran maka akan berdampak pada penjualan. Berikut data penjualan dari tahun 2019 hingga 2021 yang diuraikan dari bulan Januari hinga bulan Desember.

SYNERGY
Jurnal Bisnis dan Manajemen

Vol 3, No 2, Oktober 2023, p. 68-71
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v3i2.32

Tabel 1. Data Penjualan Toko Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru tahun 2019-2021

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2019	Rp 1.613.159.338
2.	2020	Rp 1.750.314.965
3.	2021	Rp 2.018.416.579

Sumber : Toko Viera Oleh-Oleh, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2019 dan 2021, jumlah penjualan sedikit menurun disebabkan dengan adanya kasus Covid-19 dan diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar) pada kota Pekanbaru. Lalu pada tahun 2021 laju penjualan cukup stabil bahkan meningkat dari pada tahun-tahun sebelumnya, penyebab kenaikan yang signifikan ini ialah dengan di hentikannya PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar) di Kota Pekanbaru juga pada waktu-waktu tertentu misalnya seperti Hari Raya Idul Fitri dan juga Hari Raya Natal dan tahun Baru Toko Viera Oleh-oleh menyediakan menu produk khusus seperti kue lebaran, dan juga *Hampers* dimana hal ini ditujukkan untuk menarik pelanggan yang mengakibatkan naiknya laju penjualan.

Produk yang beragam dapat memicu keinginan konsumen untuk mengampil keputusan pembelian baik itu direncanakan maupun secara spontan. Produk yang beragam mampu membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan dari pengalaman pembelian tersebut akan memicu timbulnya keinginan untuk merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain.

Dari penelitian yang dilakukan oleh (Hamdun & Nurhasana, 2018) dengan judul penelitian "Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Shaleh Situbondo" ditemukan hasil penelitian secara regresi linear berganda keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Berikutnya Menurut Kotler dalam (Suhardi et al., 2020) keragaman produk ialah kumpulan dari semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk menurut Kotler dalam (Suhardi et al., 2020) yakni mempunyai lebar, panjang, kedalaman juga konsistensi tertentu. Dengan adanya produk yang beragam inilah konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, menurut (Kotler & Lane, 2009) keputusan pembelian ialah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dari rumah tangga yang membeli barang maupun jasa guna konsumsi pribadi

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian survey deskriptif dan metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kuantitatif. Data didapatkan oleh peneliti dengan cara menganalis data dan memaparkan data tersebut dengan melakukan tinjauan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini peneliti mengguakan teknik teknik *Insendental Sampling* untuk penarikan sampelnya Indential Sampling ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan atau indential bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas adalah uji yang digunakan dengan tujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut yang mana apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai signifikan melebihi 0,195.. Jika r hitung > r tabel (signifikasi 5%) dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dapat

Vol 3, No 2, Oktober 2023, p. 68-71
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v3i2.32

dinyatakan valid atau sah (Ghozali, 2005). Berdasarkan hasil uji validitas ditemukan bahwa tidak terdapat item yang mempunyai nilai korelasi lebih kecil dari 0,195. Semua item pertanyaan sebanyak masing-masing 10 item pada kuesioner variabel keragaman produk dan keputusan pembelian tergolong valid dengan menggunakan program SPSS versi 26. Oleh sebab itu, kuesioner keragaman produk dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai data hasil penlitian. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa semua instrument pada penilitian ini di nyatakan valid.

Pada uji reliabilitas untuk variabel keragaman produk mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,661 > 0,6 dan variabel keputusan pembelian mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,675 > 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa pengujian data variabel keragaman produk dan variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini reliabel.

Berdasarkan perhitungan SPSS versi 26 tersebut dapat di lihat hasil persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$Y = a + bX$

$Y = 16,504 + 0,650X$

Dari persamaan linear sederhana tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 16,504 artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel bebasnya bernilai 1 maka besarnya rata-rata keputusan pembelian konsumen adalah 16,504. setiap kenaikan 1% pada keragaman produk dapat memengaruhi kenaikan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,650.

Untuk mengetahui hasil uji t pada variabel keragaman produk terhadap keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

t tabel = ($\alpha/2$; n-2)

t tabel = (0,1/2 ; 100-2)

t tabel = (0,05 ; 98)

t tabel = 0,05 ; 98

Sehingga ditemukan nilai t sebesar 1,984 Nilai 0,05 adalah standar signifikan yang digunakan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS Versi 26 diperoleh nilai t hitung sebesar 10,188, sedangkan t tabel sebesar 1,984 yang mana t hitung 10,188 > t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya variabel independen (keragaman produk) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Berdasarkan koefesien determinasi atau uji R dapat diketahui bahwa keragaman produk mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian. Nilai R^2 sebesar 0,514 = 51,4%, bahwasanya keragaman produk pada Viera Oleh- Oleh Kota Pekanbaru berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis. Variabel lainnya seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Fernando & Aksari, 2018) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Somantri et al., 2022) bahwa store atmosfer, lokasi, dan sosial media berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aghitsni & Busyra, 2022) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Keragaman Produk di Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru berada pada kategori "Sangat Setuju". Dapat diartikan bahwa keragaman produk yang terdiri dari variasi merek produk, variasi kelengkapan produk, variasi ukuran produk, dan variasi kualitas produk senantiasa menambah nilai dalam pengambilan keputusan tersendiri pada konsumen. Dengan demikian maka Keragaman Produk akan mempengaruhi Keputusan pembelian. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Keputusan Pembelian Konsumen Pada Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru berada pada kategori "Sangat Setuju". Artinya ialah bahwa keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyaluran, waktu pembelian dan jumlah pembelian senantiasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan konsumen merasa puas saat berbelanja di Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. Juga hasil anaslisis regresi linear sederhana membuktikan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap

Vol 3, No 2, Oktober 2023, p. 68-71
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v3i2.32

keputusan pembelian di Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. Hal ini mempresentasikan bahwa semakin baik kergaman produk maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Berdasarkan hasil analisis data statistik menggunakan Statistics 26, dapat ditarik kesimpulan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Viera Oleh-Oleh Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Hamdun, E. K., & Nurhasana. (2018). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, *16*(1), 56–74. https://ojs.unars.ac.id/index.php/growth-journal/article/view/161/104

Kotler, P., & Lane, K. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, *29*(02), 17–30. https://doi.org/https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340