

## Pengaruh Ragam Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Restu Mulia Pandan

Jaka Surya Panggabean, Hadijah Sipahutar, Rifkah Hadia Lubis  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Al-Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah, Indonesia

E-mail: [jakasurya916@email.com](mailto:jakasurya916@email.com)

**Abstract.** *This study aims to determine how much influence the variety of products and prices on purchasing decisions at UD. Restu Mulia Pandan. This type of research is quantitative research with a correlational study approach. The author uses 90 respondents as a sample taken from 10% of the population, the total population is 900 people. The analytical method used is the efficiency analysis technique of multiple correlation and multiple linear regression. Based on partial statistical tests, the  $t$  count value is  $5.888 > t$  table  $1.988$  and a significant value is  $0.007 < 0.05$ , it means that the variety of products partially has a positive and significant effect on the buyer's decision. And the price shows  $t$  count  $2.760 > t$  table  $1.988$  and a significant  $0.000 < 0.05$ , it means that the completeness of the product partially has a positive and significant effect on the buyer's decision. Based on simultaneous testing ( $F$  test), the calculated  $F$  value is  $119.583 > F$  table  $3.10$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$ , which means that the variety of products and prices simultaneously influences the buyer's decision. The result value of the multiple correlation coefficient is  $0.856$  or  $85.6\%$  where based on the interpretation of the correlation it is stated that the relationship is very strong. The value of the  $R$  square number shows  $0.733$  ( $73.3\%$ ), the buyer's decision variable can be explained by the variety of products and prices. While the remaining  $26.7\%$  is explained by other variables.*

**Keywords:** Variety of products, Price, Purchase decision.

**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 penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional. Penulis menggunakan 90 orang responden sebagai sampel yang diambil dari 10% populasi, jumlah populasi 900 orang. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis koefisien korelasi berganda dan regresi linier berganda. 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 pembeli. Dan harga menunjukkan  $t_{hitung}$   $2,760 > t_{tabel}$   $1,988$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli. 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 pembeli. Nilai hasil koefisien korelasi berganda sebesar  $0,856$  atau  $85,6\%$  dimana berdasarkan interpretasi 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.

**Kata Kunci:** Ragam Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

## **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, sehingga konsumen dapat memilih alternatif-alternatif produk sebelum menentukan keputusan pembelian dari berbagai produk yang telah ditawarkan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya yaitu ragam produk dan harga. 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, adapun yang dijual pada UD. Restu Mulia Pandan adalah bahan pokok makanan seperti telur, beras, gula, minyak, garam serta menjual berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya, dan juga menjual berbagai produk makanan ringan dan minuman berwarna.

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”.

## **KAJIAN TEORITIS**

Menurut Kotler dan Armstong (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”.

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”.

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”.

## 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 ( $X_1$ ), dan Harga

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 :

1. 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.
2. Studi Lapangan Studi Lapangan yaitu dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara :
  - a) wawancara adalah Kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi dan data sesuai dengan apa yang menjadi faktor penelitian.
  - b) Kuesioner yaitu bentuk metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan dapat memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis koefisien korelasi berganda, Merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan serta arah hubungan dari dua variabel atau lebih (**Hasanah, 2016**). Adapun rumus koefisien korelasi berganda sebagai berikut :

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan :

- $r_{y.x_1x_2}$  = Korelasi berganda antara variabel  $x_1$  dan  $x_2$  secara bersama-sama
- $r_{y.x_1}$  = Korelasi Product Moment antara  $x_1$  dengan  $y$
- $r_{y.x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $x_2$  dengan  $y$
- $r_{x_1x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $x_1$  dengan  $x_2$

Untuk mengetahui suatu hubungan kuat atau tidaknya korelasi dalam penelitian ini yaitu menggunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi

Tabel 1. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Hasanah, {2016}

2. 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 (Ma'sumah, 2019:64). Adapun Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KP = r^2 \cdot 100\%$$

Keterangan :

KP : Besarnya koefisien penentu (determinan)

r : Koefisien korelasi

3. Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda tujuannya adalah untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ma'sumah, 2019:49). Adapun rumus persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi 1 variabel harga

$\beta_2$  = Koefisien regresi 2 variabel kelengkapan produk

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kelengkapan Produk

e = Error

4. Uji Hipotesis

- a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat (Y), Ma'sumah, (2019:50). Untuk menentukan nilai  $t_{tabel}$  digunakan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\alpha$  : Nilai probabilitas (0,05)

n : Jumlah sampel penelitian

k : Jumlah variabel yang mempengaruhi

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t kriteria untuk penolakan dan penerimaan hipotesis adalah dapat dilakukan dengan berdasarkan perbandingan

nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan dengan berdasarkan nilai signifikansi yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , atau jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , atau jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### b. Uji Simultan F

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05 (Ghozali 2016). Adapun persamaan  $F_{hitung}$  yaitu :

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel penelitian

k : Jumlah variabel yang mempengaruhi

Adapun dasar pengambilan keputusan uji f (Anova) yaitu :

- 1) Jika nilai nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  atau nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{Tabel}$  atau jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## PEMBAHASAN

Dari hasil observasi yang penulis lakukan, adapun analisis data responden pada UD. Restu Mulia Pandan yang di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan tingkatan usia, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

#### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2, sebagai berikut :

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

#### 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia

Karakteristik responden berdasarkan tingkatan usia dapat dilihat pada Tabel 3, sebagai berikut :

Tabel 3. 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 3, 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

#### a. Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian pada tabel 4:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
Ragam Produk ( $X_1$ )	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
Harga ( $X_2$ )	Pernyataan 1	0,688	0,207	Valid
	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	Valid
	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, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari variabel ragam produk, harga dan keputusan pembelian memiliki nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ . Maka kuesioner dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan handal apabila nilai *croanbach alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6. Namun apabila nilai *croanbach alpha* lebih kecil 0,6 maka kuesioner dianggap kurang handal. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat di Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Ragam Produk ( $X_1$ )	0,742	Reliabilitas
Harga ( $X_2$ )	0,822	Reliabilitas
Keputusan Pembelian (Y)	0,827	Reliabilitas

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 5, 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.

c. 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 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary						
Model	R	Change Statistics				
		R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.856 <sup>a</sup>	.733	119.583	2	87	.000

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

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

d. Uji Keofisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai keofisien 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 7 Sebagai Berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 <sup>a</sup>	.733	.727	2.213

a. Predictors: (Constant), Harga, Ragam Produk

b. Dependent Variable: variabel y

Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS Statistics 26

Berdasarkan Tabel 7, 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.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Analisi 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 8, Sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients					
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 8, dapat dibuat persamaan regresi:

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

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

f. Uji Hipotesis

1. 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 dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients					
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

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

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

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

$$t_{tabel} = (0,025; 87) = 1,988$$

Dari pengolahan data untuk uji t pada Tabel 9, maka di dapatkan hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh Ragam Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,888 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,988 sehingga  $t_{hitung} 5,888 > t_{tabel} 1,988$  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

2) Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembeli (Y)

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh  $t_{hitung}$  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.

2. Uji f (Simultan)

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (harga  $X_1$  dan kelengkapan produk  $X_2$ ) 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 10, sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji F Simultan

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1170.819	2	585.410	119.583	.000 <sup>b</sup>
	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 10, 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.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial Ragam Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli (Y), dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli (Y). Dan pengujian secarasimultan variabel Ragam Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli (Y). Penjelasan masing-masing pengaruh dari variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Ragam Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,888 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,988, sehingga  $t_{hitung} 5,888 > t_{tabel} 1,988$  dan signifikan  $0,007 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan secara parsial Ragam Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli di UD. Restu Mulia Pandan.

Hasil 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 Swalayan Di kota Manado.

b. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diperoleh  $t_{hitung}$  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 pembeli di UD. Restu Mulia Pandan.

Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Masita Deli Serdang”. Oleh Heni Gustina, (2018). Menyatakan bahwa secara parsial dan simultan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian di Mini Market Masita Deli Serdang.

c. Pengaruh Ragam Produk dan Harga terhadap 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.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan 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.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. 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
- b. 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.
- c. 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
- d. 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 %.
- e. 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 ( $0,697X_1$  dan  $0,288X_2$ )
- f. Berdasarkan hasil uji hipotesis t secara parsial variabel Ragam Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- g. Berdasarkan hasil uji t secara parsial variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- h. Berdasarkan hasil uji f secara simultan pada variabel Ragam Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## DAFTAR PUSTAKA

- 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
- 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 Dan tata 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, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 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.