JURNAL

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MINIMARKET RISKI MUDA GURAH

EFFECT OF PRICE, QUALITY OF SERVICE AND DIVERSITY OF PRODUCTS OF CONSUMER PURCHASE DECISION AT MINIMARKET RISKI MUDA GURAH

Oleh:

YULIANA
NPM: 12.1.02.02.0419

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc.**
2. **Rino Sardanto, S.Pd. M.Pd**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: **YULIANA**
NPM	: 12.1.02.02.0419
Telepun/HP	:082299853843
Alamat Surel (Email)	:Yuliaa843@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Riski Muda Gurah
Fakultas – Program Studi	:Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:Jalan K.H. Ahmad dahlan N0 76, Mojoroto, Kediri< Jawa Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 2-02-2017.
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc.	**Bino Sardanto, S.Pd. M.Pd**	**YULIANA**
NIDN : 0718048502	**NIDN : 0730127403**	NPM : 12.1.02.02.0419

Yuliana | 12.1.02.02.0419
Ekonomi - Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MINIMARKET RISKI MUDA GURAH

Yuliana
12.1.02.02.0419
Ekonomi - Manajemen
Yuliaa843@gmail.com
Dr. Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc.
Rino Sardanto, S.Pd. M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Yuliana : Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi, UN PGRI, 2016.

Penelitian ini dilatarbelakangi persaingan dunia usaha minimarket semakin ketat, para pemilik usaha ini berusaha menerapkan berbagai strategi pemasaran agar memiliki daya saing yang unggul. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan teknik isidental, dari 50 populasi konsumen minimarket riski muda gurah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dalam bentuk skala likert. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket riski muda gurah. Hasil uji secara simultan (uji F) menunjukkan varibel bebas (harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumeni. Dengan nilai *R square* sebesar 0,363, yang berarti variabel bebas mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat sebesar 0,363 dan sisanya sebesar 63,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Keputusan Pembelian Konsumen.

I. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat. Hal ini memberikan kontribusi yang positif terhadap pemulihan perekonomian Indonesia. Sejalan dengan perkembangan yang berlangsung di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan primer serta sekunder terus meningkat. Disisi lain, terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dari tradisional ke modern sehingga terjadi perubahan pola belanja pada konsumen. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar lebih mudah, dimana pada saat ini kita mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung.

Pada era modernisasi saat ini, konsumen diuntungkan dengan adanya minimarket yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, dengan suasana yang lebih nyaman dalam berbelanja dan konsumen mudah dalam memilih sendiri produk yang diinginkan. Dengan adanya minimarket, konsumen bisa membeli atau berbelanja sesuai dengan barang-barang yang dibutuhkan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan barang atau jasa. Konsep pemasaran menyatakan bahwa hal terpenting untuk meraih tujuan organisasi adalh pemasaran yang efektif guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, oleh karena itu pemasaran diprioritaskan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, masalah-masalah yang muncul sebagai berikut :

1. Persaingan dunia usaha minimarket semakin ketat, para pemilik usaha berusaha menerapkan berbagai strategi pemasaran agar memiliki daya saing yang unggul.
2. Perilaku konsumen mengenai apa saja yang dikonsumsi, dimana dan bagaimana kebiasaan konsumen, serta dalam kondisi seperti apa konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian barang ataupun jasa menjadi masalah dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pihak manajemen harus bisa mempelajari perilaku konsumen tersebut beserta faktor apa saja yang mempengaruhi.
3. Terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dari tradisional ke modern sehingga terjadi perubahan pola belanja pada konsumen.

4. Faktor harga yang terjangkau, pelayanan yang professional dan keragaman produk yang tersedia menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dibuat batasan masalah agar ruang lingkup permasalahan tidak terlalu luas guna memenuhi sasaran yang ingin dicapai. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, faktor-faktor tersebut diantaranya harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk.
2. Penelitian ini dilakukan di Minimarket Riski Muda Gurah tahun 2016.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah yang ada, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah?
3. Apakah faktor keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah?
4. Apakah harga, pelayanan dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.
3. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.

4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga, pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.

II. METODE

A. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Menurut Arikunto (2010:27) mengatakan bahwa :

> Penelitian kuantitatif dituntut banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasil yang diperoleh. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila disertai dengan tabel, grafik, bagan gambar, atau tampilan lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan konsumen.

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Adapun teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian assosiatif kausal (*causal research*). Dengan menggunakan teknik penelitian ini akan diketahui pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2012:37), “penelitian assosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih”. Dalam penelitian ini, terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)”.

Penelitian ini menerangkan bagaimana pengaruh antara variabel harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minimarket Riski Muda Gurah yang bertempat di Jl. Dr. Wahidin Gurah-Kediri. Alasan peneliti memilih Minimarket Riski Muda Gurah karena belum pernah diadakan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan

dan keragaman produk di tempat tersebut.

2. **Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2016 sampai dengan bulan September 2016.

C. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:80), "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 yang sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah seluruh pengunjung/konsumen Minimarket Riski Muda Gurah yang berkunjung atau melakukan pembelian.

2. **Sampel**

Menurut Sugiyono (2012:81), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Dengan mempertimbangkan dana, waktu, tenaga dan ketelitian dalam menganalisis datanya, maka penelitian ini menggunakan sampel sebagaimana dikemukakan oleh Arikunto (2006).

Nonprobability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling accidental*. Menurut Sugiono (2012:85), *sampling accidental* adalah "teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu calon responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data". Dalam penelitian ini, sampel ditetapkan sebanyak 96 responden.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

D. Hasil Analisis Data dan Interpretasi

1. **Uji Asumsi Klasik**

a. **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik *Normal P-P Plot*. Berikut ini adalah hasil uji normalitas menggunakan bantuan *SPSS versi 20* :

Berdasarkan gambar 4.1, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik *Normal P-P Plot*, hal ini menunjukkan bahwa pola berdistribusi

normal, jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik *Normal P-P Plot*, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Adapun hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

Berdasarkan pada tabel 4.9, hasil perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,1. Sementara itu hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Merujuk hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskodastisitas dalam model persamaan regresi dapat melihat grafik *Scatterplot*. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar berikut :

Berdasarkan gambar 4.2 terlihat bahwa tidak ada pola yang menyebar jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Adapun cara mendeteksi terjadi autokorelasi atau tidak dalam model regresi dengan menggunakan *Durbin-Watson* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, nilai Durbin Watson sebesar 2,196, pembanding menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 50 (n), dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka pada tabel DurbinWatson akan didapat nilai du sebesar 1,673. Karena nilai DW 2,196 lebih besar dari batas atas (du) 1,673 dan kurang dari 4 – 1,673 (2,327), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Berikut ini adalah hasil pengolahan analisis regresi berganda dengan menggunakan program *SPSS versi 20*.

Berdasarkan perhitungan *SPSS* tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 5{,}212 + 0{,}431X_1 + 0{,}279X_2 + 0{,}329X_3}$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah :

1) a = 5,212 menyatakan bahwa jika harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai keputusan pembelian konsumen sebesar 5,212.
2) b_1 = 0,431 menyatakan jika harga bertambah sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,431. Dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai kualitas pelayanan dan keragaman produk. Artinya semakin terjangkaunya harga produk yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian.
3) b_2 = 0,279 menyatakan jika kualitas pelayanan bertambah sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,279. Dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai harga dan keragaman produk. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan keputusan pembelian.
4) b_3 = 0,329 menyatakan bahwa jika keragaman produk bertambah sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan mengalami

peningkatan sebesar 0,329. Dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai harga dan kualitas pelayanan. Artinya semakin banyak dan beragamnya produk yang dujual akan meningkatkan keputusan pembelian.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun nilai koefisien determinasi.

Berdasarkan analisis data menggunakan alat bantu program *SPSS versi 20* diperoleh nilai kofisien determinasi (R^2) sebesar 0,363. Arti dari koefisien ini adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 36,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi sedangkan sisanya yaitu 63,7% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian secara parsial ini dimaksudkan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pada variabel harga diperoleh t hitung sebesar 3,272 > 2,012 (t tabel) dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis pertama yang berbunyi “terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah” diterima.
b. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar 2,406 > 2,012 (t tabel) dengan nilai signifikansi 0,020 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis kedua yang berbunyi “terdapat pengaruh

kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah" diterima.

c. Pada variabel keragaman produk diperoleh t hitung sebesar 2,483 > 2,012 (t tabel) dengan nilai signifikansi 0,017 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang berbunyi "terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah" diterima.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Berdasarkan perhitungan uji F pada tabel di atas, diketahui nilai F hitung sebesar 8,724 > 2,81 (F tabel) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan

F. Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian analisis data dengan menggunakan perhitungan uji t pada harga, didapatkan nilai t hitung sebesar 3,272 > 2,012 (nilai t tabel) dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Tan (2011) bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan kajian teori Rozalinda (2014:154), "harga merupakan kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang dan jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang dan jasa tersebut". Dengan kata lain harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membelanjakan uangnya. Tingkat harga yang rendah dan terjangkau oleh konsumen akan

membuat konsumen lebih senang dan lebih leluasa dalam memilih barang yang diinginkan. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya untuk mendapatkan laba. Penetapan harga yang tepat pada minimarket dan dapat diterima oleh konsumen mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada minimarket tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Riski Muda Gurah dipengaruhi oleh harga.

2. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian analisis data dengan menggunakan perhitungan uji t pada kualitas pelayanan, didapatkan nilai t hitung sebesar 2,406 > 2,012 (nilai t tabel) dan nilai signifikansi 0,020 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Izzati Mardhotillah (2013) bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan kajian teori Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2008:85), menjelaskan "kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan". Tujuan dari pengusaha ritel bukan hanya untuk menjual sebanyak-banyaknya produk melainkan memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat mendapatkan pelanggan yang setia. Sebagian besar konsumen saat ini menuntut kualitas pelayan yang tinggi, tidak hanya sekedar membutuhkan produk yang bermerek, pelanggan lebih senang berbelanja kebutuhannya sambil menikmati kualitas pelayanan yang diberikan. Pada prinsipnya kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketekatan penyampainnya untuk menyesuaikan harapan pelanggan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Riski Muda Gurah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.

3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian analisis data dengan menggunakan perhitungan uji t pada keragaman produk, didapatkan nilai t hitung sebesar 2,483 > 2,012 (nilai t tabel) dan nilai signifikansi 0,017 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang mendukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mimi S.A (2015) menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini diperkuat dalam Mimi (2015:91), yang menjelaskan "keragaman produk merupakan kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang-barang tersebut". Semakin banyak variasi produk, maka semakin besar pula dorongan konsumen untuk melakukan pembelian pada toko tersebut untuk memuaskan keinginan maupun kebutuhannya. Seringkali konsumen dalam proses belanjanya, keputusan yang diambil untuk membeli suatu barang adalah secara mendadak (spontanitas). Keputusan ini muncul begitu saja terstimulasi oleh variasi keragaman produk dan tingkat harga barang yang ditawarkan. Hal ini terlihat pada keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Riski Muda Gurah dipengaruhi oleh keragaman produk yang tersedia.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian analisis data dengan menggunakan perhitungan uji F pada keragaman produk, didapatkan nilai F hitung sebesar 8,724 > 2,81 (nilai t tabel) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Riski Muda Gurah.

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Pengambilan

keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

Sementara itu, dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen (harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk) yang digunakan dalam penelitian ini mampu menerangkan 36,2% mengenai keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Riski Muda Gurah, sedangkan sisanya yaitu 63,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Fitra, Sandi, 2013. Pengaruh Produk, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pusat Grosir Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, (Online), 2 (2), tersedia: http://ejournal.stiesia.ac.id, diunduh 1 April 2016.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Mardhotillah, Izzati Choirini. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, (Online), 1 (3), tersedia: http://ejournal.unesa.ac.id, diunduh 2 April 2016.

Mimi, S.A. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan

Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Ranch Market. *Jurnal Ekonomi*, (Online), XX (1), tersedia: http://journal.tarumanagara.ac.id, dinduh 2 April 2016.

Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Schiffman, L.G dan Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks

Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, Henry. 2003. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiharti, Mahmudah. 2014. *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Swalayan Surya Pusat Ponorogo)*. Skripsi. Dipublikasikan. Ponorogo: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Tan, Erwin Rediono. 2011. Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen untuk Belanja di Alfamart Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, (Online), 5 (2), tersedia: http://lp3m.widyakartika.ac.id, diunduh 1 April 2016.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Utami, Cristina Widya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Erlangga