ARTIKEL

ANALISIS HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO INDAH COLLECTION KEDIRI

THE ANALYSIS OF PRICE, DIVERSITY PRODUCTS AND LOCATION ON DECISION PURCHASE AT INDAH COLLECTION STORE KEDIRI

OLEH :

LIA ROSDIANA PUTRI
NPM : 13.1.02.02.0371

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Subagyo, M.M.**
2. **Hery Purnomo, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Lia Rosdiana Putri
NPM	:	13.1.02.02.0371
Telepun/HP	:	085604609299
Alamat Surel (Email)	:	Liarosdiana77@yahoo.co.id
Judul Artikel	:	Analisis Harga, Keragaman Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Indah Collection Kediri
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan Kh. Achmad Dahlan No. 76

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, 30 Juli 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Subagyo, M.M. **NIDN. 0717066601**	**Hery Purnomo, M.M.** **NIDN. 0713076803**	**Lia Rosdiana Putri** **13.1.02.02.0371**

ANALISIS HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO INDAH COLLECTION KOTA KEDIRI

LIA ROSDIANA PUTRI
13.1.02.02.0371
Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Email: liarosdiana77@yahoo.co.id

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan peneliti bahwa bisnis ritel semakin berkembang dan saat ini juga terdapat persaingan ketat pada bisnis ritel aksesoris. Akibatnya pemilik toko atau peritel aksesoris harus memperhatikan pemasaran yang tepat agar dapat menjalankan bisnisnya dan dapat meningkatkan laba usaha. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada toko Indah Collection Kota Kediri. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh sendiri-sendiridan pengaruh secara bersama variabel, harga (X1), keragaman produk (X2) dan lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan kusioner sebagai instrumennya. Teknik penelitian menggunakan teknik asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Indah Collection Kota Kediri di Jl. Slamet Riyadi No.20 Kelurahan Banjaran Kota Kediri. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan *software SPSS for windows versi 23.0*. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah harga, keragaman produk dan lokasi baiksecara parsial maupunsimultanberpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection Kota Kediri.

Kata Kunci : harga, keragaman produk, lokasi, keputusan pembelian.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Indonesia bisnis ritel sudah sangat banyak, dan persaingan pada bisnis ritel juga semakin ketat untuk para pebisnis yang lama maupun baru. Beragam konsep dari bisnis ritel yang diciptakan juga yang membuat bisnis ini semakin berkembang mengikuti era globalisasi saat ini. Di kota Kediri ritel aksesoris juga mulai berkembang, salah satu peritel aksesoris adalah toko Indah Collection yang sudah berdiri dari tahun 2010 sampai sekarang, toko Indah merupakan salah satu toko aksesoris yang mengawali usaha aksesoris di Kota Kediri. Untuk dapat mempertahankan usahanya dari persaingan, pemilik toko harus berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Upaya peritel / produsen untuk memenuhi setiap kebutuhan konsumen sangat diperhitungkan, salah satunya

dengan mengetahui karakteristik konsumen dan mengetahui perilaku kosumen yang dituju sehingga mereka bersedia melakukan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli produk.

Faktor harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yakni keragaman produk. Dimana keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Dan terakhir adalah faktor lokasi dimana lokasi usaha sangat menentukan kesuksesan suatu usaha.

Dari latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti bagaimana usaha aksesoris ini dapat bertahan dengan adanya faktor harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Indah Collection kota Kediri.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :1) Pengaruh harga secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection. 2) Pengaruh keragaman produk secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection. 3) Pengaruh lokasi secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection. 4) Pengaruh harga, keragaman produk, dan lokasi toko secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection.

Kerangka Dasar Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) keputusan pembelian didefinisikan sebagai berikut, “ konsumen membeli merek yang paling disenangi atau disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat dan keputusan pembelian”. Proses pengembilan keputusan menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) adalah : 1) Pengenalan kebutuhan (*need recognition*). 2) Pencarian informasi (*information search*). 3) Evaluasi alternatif (*alternative*

evaluation). 4) Keputusan pembelian (*puchase decision*). 5) Perilaku pasca pembelian (*postpurchase behavior*).

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga didefinisikan sebagai berikut, "harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk memperoleh suatu produk". Hal-hal yang mencirikan harga menurut Tjiptono (2008:474) adalah : 1) Keterjangkauan harga. 2) Daya saing harga. 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) yaitu,"kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran".Dimensi keberagaman produk menurut Utami (2006:116) adalah : 1) Variasi merek produk. 2) Variasi kelengkapan produk. 3) Variasi ukuran produk. 4) Variasi kualitas produk.

Lokasi

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:42) lokasi didefinisikan sebagai berikut, "lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi".Faktor pemilihan lokasi menurut Tjiptono (2008:92) adalah : 1) Akses. 2) Visibilitas. 3) Lalu lintas. 4) Tempat parkir. 5) Ekspansi. 6) Lingkungan. 7) Kompetisi. 8) Peraturan Pemerintah.

Hasil penelitian ini diharakan dapat memperkaya penggunaan teori dan sebagai bahan referensi aktivitas akademik. Bagi pemilik usaha dapat mengetahui sejauh mana peran harga, keragaman produk dan lokasi toko pada keputusan pembelian konsumennya. Selain itu pemilik toko dapat merencanakan rencana jangka panjang untuk mengembangkan usaha ini.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah survei, dan pendekatan penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan

tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

1) Harga
2) Keragaman Produk dan
3) Lokasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Indah Collection Kota Kediri. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *simple random sampling.* Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan *softwareSPSS for windows versi 23.0.*

Teknik penelitian menggunakan teknik asosiatif kausal. Objek penelitian ini adalah toko Indah Collection Kota Kediri di Jl. Slamet Riyadi No.20 Kelurahan Banjaran Kota Kediri. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

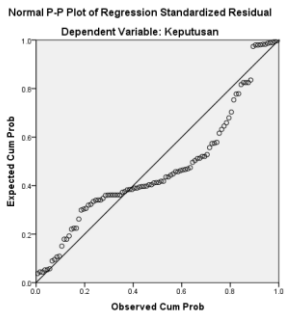
Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian didapat bahwa seluruh butir pernyataan yang ada pada kuesioner mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r-tabel untuk N = 100 dengan tingkat signifikansi uji dua arah 5%.

Uji Reliabilitas

Kemudian dari hasil uji reliabilitas diketahui empat variabel penelitian memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga semua variabel dan dimensi penelitian dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot
Sumber : data primer diolah, 2017

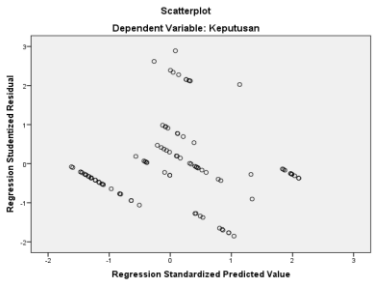
Hasil pengujian normalitas gambar 1 pada kurva normal probability plot memperhatikan bahwa titik-titik pada grafik

berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

2) Uji Multikolinieritas

Dari hasil perhitungan *softwareSPSS for windows versi 23.0.* semua variabel bebas, memiliki nilai VIF lebih besar dari 0,1 dan lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikoliniearitas antar variabel bebas atau *independent* dalam model, sehingga regresi layak untuk digunakan.

3) Uji Heteroskedastisitas



Gambar2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : data primer diolah, 2017

Hasil pengujian heteroskedastisitas gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebut membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga layak untuk digunakan.

4) Uji Autokorelasi

Dalam analisis autokorelasi ini, DW diperoleh sebesar 2,046, sedangkan nilai DW tabelnya untuk tingkat α = 5% dengan n = 100 dan k = 4 adalah batas bawah (dl = 1,592 dan du =1,758) dan batas atasnya (4-du = 2,242). Dari data di atas dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

1,758 < 2,046 < 2,242

Berdasarkan persamaan di atas, dapat diketahui bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini dan model regresi layak untuk digunakan.

Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	t	Sig.
1	(Constant)	2.353	2.990	1.118	1.906
	Harga	.363	.074	3.849	.001
	Keragaman	.355	.087	4.099	.000
	Lokasi	.394	.060	6.523	.000

Sumber : data primer diolah, 2017

Dari tabel 1 pada pengujian analisis regresi linier berganda : Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan

regresi linier berganda sebagai berikut :

$Y = 2{,}353 + 0{,}363X_1 + 0{,}355X_2 + 0{,}394X_3$

1) Konstanta = 2,353, artinya apabila harga, keragaman produk dan lokasi diasumsikan tidak memiliki peran sama sekali (=0), maka keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 2,353.
2) β_1 = 0,363 X1, koefisien harga adalah sebesar 0,363, artinya apabila harga naik 1 satuan sedangkan keragaman produk dan lokasi tetap, maka keputusan pembelianmeningkat sebesar 0,363 satuan.
3) β2 = 0,355 X2, koefisien keragaman produk adalah sebesar 0,355, artinya apabila keragaman produk naik 1 satuan sedangkan harga dan lokasi tetap, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,355 satuan.
4) β3 = 0,394 X3, koefisien lokasi adalah sebesar 0,394, artinya apabila lokasi naik 1 satuansedangkan harga dan keragaman produk tetap, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,394 satuan.

Koefisien determinasi (R2)

Tabel 2
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658[a]	532.	.507	1.178

Sumber : data primer diolah, 2017

Dari tabel 2 di atas, nilai*R square*pada *model summary*adalah 0,532. Hal ini menunjukkan harga, keragaman produk, dan lokasi dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 53,2%. Berarti masih ada variabel lain sebesar 46,8% yang dapat menjelaskan variasi keputusan pembelian tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi t (Parsial)

Dari hasil pengujian t *test* atau signifikansi t parsial dengan menggunakan *software SPSS for windows versi 23.0, diperoleh hasil :*

1) Harga memperoleh nilai thitung sebesar 3,849 dengan tingkat signifikansi 0,15. Sementara itu, diketahui ttabel adalah sebesar 1,984 yang

berarti thitung = 3,849 >ttabel = 1,984 dan nilai signifikansi harga lebih kecil dari pada 0,05 (001,< 0,05).

2) Keragaman produk memperoleh nilai thitung sebesar 4,099 dengan signifikansi 0,000. Sementara itu, diketahui ttabel adalah sebesar 1,984 yang berarti thitung = 4,099 > ttabel = 1,984dan nilai signifikansi keragaman produk lebih kecil dari pada 0,05 (0,000 < 0,05).
3) Lokasi memperoleh nilai thitung sebesar 6,523 dengan signifikansi 0,000. Sementara itu, diketahui ttabel adalah sebesar 1,984 yang berarti thitung = 6,523> ttabel= 1,984 dan nilai signifikansi lokasi lebih kecil dari pada 0,05 (0,000 < 0,05).

Uji Signifikanasi Simultan F-Test (Anova)

Tabel 3
Signifikanasi Simultan F-Test

ANOVA[a]

Model	Df	F	Sig.
Regression	3	24.482	.000[b]
Residual	96		
Total	99		

Dari hasil pengujian tabel 3, menunjukkan hasil uji signifikansi simultan atau bersama-sama (uji statistik F) ,dengan SPSS menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 24,482. Nilai F_{hitung} = 24,482 > F_{tabel} sebesar 2,47 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

IV. Simpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasakan hasil dari pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada toko Indah Collection Kota Kediri.
2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Indah Collection Kota Kediri.
3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Indah Collection Kota Kediri.

4) Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh harga, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Indah Collection Kota Kediri, diperoleh hasil yang menujukkan bahwa ketiga variabelindependen tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Saran

Sebagai masukan bagi pemilik toko Indah Collection :

1) Dengan memberikan harga yang tepat dan dengan mempertimbangkan pemberian nilai yang layak untuk harga yang diberikan maka akan membuat konsumen merasa tertarik dan dapat terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian terhadap toko Indah Collection Kota Kediri.
2) Dengan adanya produk yang beragam pada sebuah toko dari beragam merek, bentuk, ukuran, dan kualitas maka akan membuat konsumen merasa senang dan tertarik untuk membeli. Banyaknya alternatif yang dapat dijadikan pertimbangan membuat orang tertarik untuk memilih produk yang diinginkan atau melakukan keputusan pembelian pada toko Indah Collection Kota Kediri.
3) Lokasi yang memiliki akses baik, lalu lintas yang tertib dan aman, serta tempat parkir yang luas dan juga lingkungan toko yang bersih akan membuat konsumen merasa tertarik dan memutuskan melakukan pembelian di toko Indah Collection Kota Kediri.
4) Dengan memberikan harga yang tepat, produk yang beragam dan sesuai manfaat, serta lokasi yang mudah dijangkau maka akan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen yang nantinya akan berdampak pada kepuasan serta loyalitas konsumen di toko Indah Collection.
5) Sebagai masukkan lain untuk lebih memperhatikan faktor lain seperti promosi, atau desain toko yang lebih menarik sehingga dapat menarik minat pembeli. Hal tersebut dapat berdampak secara internal dengan bertambahnya laba dan secara eksternal akan terjadi

kepuasan dan loyalitas konsumen yang berbelanja aksesoris di toko Indah Collection.

Kepada peneliti selanjutnya :

1) Kepada peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang lebih memfokuskan pada kelengkapan indikator-indikator yang belum ada pada penelitian ini. Serta diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini, dengan menambah variabel yang belum ada yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Sehingga penelitian dapat bermanfaat bagi pemilik usaha.

DAFTAR PUSATAKA

Agustina, Lela. 2017. Pengaruh Suasana Toko dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toserba Maya Di Kecamatan Randublatung Kab. Blora. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, (Online), ISSN : 2337-6708, Vol.1, tersedia: jurnalmahasiswa.unesa.ac.id, diunduh 7 Mei 2017.

Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

Asshiddiqi, Fuad dan Mudianto. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Ultra Store Semarang). Diponegoro Journal of Management, (Online), Vol.1 : 1-9, tersedia: (eprint.undip.ac.id), diunduh 7 Mei 2017.

Gozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisi Mutivatite dengan Program IBM SPSS19*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, Lukman. 2008. *Info Lengkap Waralaba*. Cetakan satu. Yogyakarta : Media Pressindo.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 2, Jakarta : Indeks.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. 2008. P*rinsip-Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat & Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.

Ma'aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Retail*. Edisi Kedua, Jakarta : Gramedia.

Prasetyo, Restu Aji. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta. Skripsi.

(Online), tersedia: (prints.uny.ac.id/19095/1/RestuAji Prasetyo_10408141035.pdf), diunduh 08 April 2017.

Simamora. Bilson 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta* : Gramedia.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Supirman. 2016. Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Sentosa Samarinda. E-journal (Online), tersedia: (*ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id),diunduh 23 April 2017.*

Susanto, Agus. 2013. Pengruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. Skripsi (Online), tersedia: (lib.unnes.ac.id), diunduh 7 Mei 2017.

Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern.* Edisi Kedua Cetakan Ketiga Belas, Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta : ANDI.

Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta : Erlangga

Widiyanto, Ibnu. 2008. Pointers : Metodologi Penelitian. Semarang: Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.