ARTIKEL

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEDIAN PRODUK, DAN CITRA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN ARTA KEDIRI

THE INFLUENCE OF DIVERSITY PRODUCTS, SUPPLIES PRODUCTS, AND STORE IMAGE OF THE DECITION PURCHASES IN SUPERMARKETS ARTA KEDIRI

Oleh:

AHMAD FIRORI ILA ILAHI

13.1.02.02.0033

Dibimbing oleh :

1. **Prof. Dr. Sugiono, M.M.**
2. **Sigit Ratnanto, S.T., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI TAHUN

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Ahmad Firori Ila Ilahi
NPM	: 13.1.02.02.0033
Telepun/HP	: 085745313131
Alamat Surel (Email)	: Veraryilailahi@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Keragaman Produk, Persediaan Produk, dan Citra Toko di Swalayan Arta Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan KH. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid 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 4 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Prof. Dr. Sugiono, M.M. **NIDN. 0014015706**	Sigit Ratnanto, S.T., M.M. **NIDN. 0706067004**	Ahmad Firori Ila Ilahi **13.1.02.02.0033**

Ahmad Firori Ila Ilahi | 13.1.02.02.0033
Ekonomi - Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

Pengaruh Keragaman Produk, Persediaan Produk, dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Arta Kediri

Ahmad Firori Ila Ilahi
13.1.02.02.0033
Ekonomi - Manajemen
Veraryilailahi@gmail.com
Prof. Dr. Sugiono, M.M. dan Sigit Ratnanto, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha retail. Hal ini akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut, dan membuat para konsumen lebih teliti dalam memilih perusahaan retail yang benar-benar dapat memberikan produk yang sesuai dengan keinginan mereka

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : keragaman produk, persediaan produk, citra toko, dan keputusan pembelian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability* sampling, diambil sebanyak 40 responden.

Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Hasil uji secara pasrsial (uji t) menunjukkan bahwa keragaman produk, persediaan produk, dan citra toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga uji secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa keragaman produk, persediaan produk, dan citra toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan simpulan hasil penelitian, disarankan untuk Swalayan Arta Kediri harus meningkatkan keragaman produk, persediaan produk, dan citra toko di Swalayan Athamart Kediri dapat terpenuhi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

KATA KUNCI : Keragaman Produk, Persediaan Produk dan Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak padang bidang perdagangan eceran (*retailing)* yang berbentuk toko, *mini market*, *departement store*, swalayan (*super market)* dan lain-lain, hal ini akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut, dan perusahaan yang mempunyai keunggulan yang bisa memenangkan persaingan tersebut.

Salah satu toko retail yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Swalayan Arta, terletak di Kota Kediri dan memiliki dua cabang yang juga terletak di Kota kediri yaitu di Kecamatan Mojororto dan Kecamatan Ngronggo. Swalayan Arta merupakan sebuah usaha supermarket yang

menyediakan atau menjual beberapa barang yang dapat menunjang kebutuhan kehidupan sehari-hari masyarakat disekitarnya seperti aneka minuman, makanan ringan, peralatan mandi, kebutuhan dapur dan lain lain. Konsumen akan membeli dan tertarik dengan toko retail yang mempunyai banyak ragam produk yang dijual, persediaan yang selalu ada dan sesuai kebutuhan serta mempunyai citra toko yang baik, Oleh sebab itu, manajemen pemasaran sangat perlu untuk memperhatikan keadaan tersebut, karena semakin banyaknya pesaing disekitar Swalayan Arta Kediri.

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal merupakan masukan informasi bagi konsumen yang berasal dari usaha-usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan seperti produk, harga, pelayanan, lokasi, promosi, kemudian masukan informasi yang berasal dari lingkungan sosial budaya yang meliputi keluarga, sumber informasi informal, sumber informasi nonkomersial lain, kelas sosial, dan budaya. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam diri konsumen meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, sikap dan kepercayaan (Schiffman dan Kanuk, 2008:8).

Agar perusahaan retail dapat memenangkan persaingan maka mereka harus dapat memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menguasai pasar.

Hal tersebut menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Keragaman Produk, Persediaan Produk, dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Arta Kediri".**

II. METODE PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel bebas atau variabel independen pada penelitian ini diantaranya :

1) Keragaman Produk (X1)
2) Persediaan Produk (X2)
3) Citra Toko (X3)

Variabel terikat atau variabel dependent (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Definisi Operasional

a. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah keputusan akhir oleh konsumen apakah mereka akan membeli atau tidak membeli produk dari Swalayan Arta

Kediri. Adapun indikatornya menurut Hsu dan Chang (2008) adalah sebagai berikut :

1) Kesediaan Berkorban (biaya, waktu, tenaga)
2) Keinginan Membeli Produk
3) Kebiasaan dalam Membeli Produk

b. Keragaman Produk (X1)

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan Swalayan Arta dengan berbagai ukuran, merk dan kualitas kepada konsumen. Adapun indikatornya menurut Benson (2007:136) adalah sebagai berikut :

1) Variasi ukuran produk
2) Variasi kualitas produk
3) Variasi merk produk

c. Persediaan Produk (X2)

Persedian barang dagangan yang berada di rak-rak Swalayan Arta untuk dijual kepada konsumen guna memenuhi harapan konsumen agar konsumen jadi membeli dan tidak berpindah ke toko retail yang lain, Adapun indikatornya menurut Assauri (2012:118) adalah sebagai berikut :

1) Perbaharuan Produk
2) Kelengkapan Produk
3) Kebutuhan produk

d. Citra Toko (X3)

Citra toko merupakan gambaran jiwa dan kepribadian baik secara internal atau eksternal suasana Swalayan Arta dimata konsumennya, apakah punya citra toko yang baik atau buruk. Adapun indikatornya menurut Chang dan Tu (2005:45) adalah sebagai berikut :

1) Fasilitas
2) Pelayanan toko
3) Kemudahan

3. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama.

Teknik dalam penelitian ini menggunakan menggunakan analisis kausal. Analisis kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari analisis kausal ini adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang tidak mempengaruhi, Sugiyono (2015:37).

4. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini penulis melakukan di Swalayan Arta, JL. Hayam Wuruk, No.28, Kediri, Jawa Timur, Indonesia.

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini adalah sesuai dengan Surat Keputusan (S.K) Rektor yakni selama 3 bulan mulai dari bulan april 2017 sampai dengan bulan juni 2017.

5. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan yang melakukan keputusan pembelian di Swalayan Arta Kediri. Populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dan berukuran besar.

Sampel dalam penelitian ini diambil dari 40 orang yang respondennya adalah konsumen Swalayan Arta Kediri.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui *non probability sampling*, sedangkan metodenya melalui *accidental sampling.*

6. Instrumen Penelitian

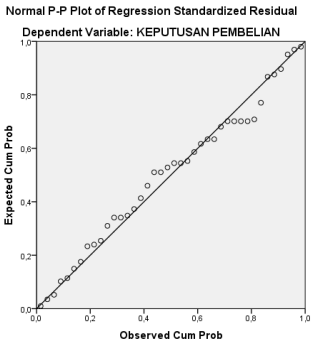
Menurut Sugiyono (2015:267) uji validitas merupakan derajad ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji realibilitas.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan kualitatif, dan teknik analisis kualitatif terdiri dari :

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KERAGAMAN PRODUK	,302	3,308
	PERSEDIAAN PRODUK	,394	2,538
	CITRA TOKO	,446	2,241

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel keragaman produk, persediaan produk dan citra toko memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.302, 0,394, 0,446 yang lebih besar dari 0,1 dan VIF sebesar 3,308, 2,538, 2,241 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

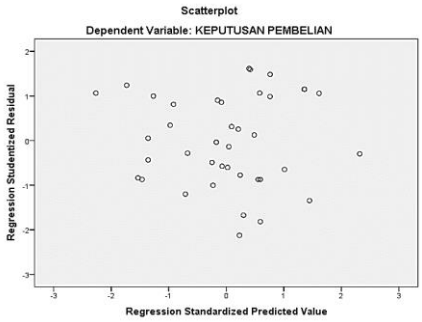
3) Uji Autokorelasi

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,460	1,691

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel di atas nilai DW hitung lebih besar dari (du) = 1.659 dan kurang dari 4 – 1,659 (4-du) = 2,341 atau dapat dilihat pada Tabel 4.11 yang menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,659 < 1,691 < 2,341, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4) Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan gambar 4.3 yang ditunjukkan oleh grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Dan ini berarti model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* pengamatan ke pengamatan lain.

b. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	0,208	0,748
	Keragaman Produk	,231	,074
	Persediaan Produk	,404	,057
	Citra Toko	,125	,057

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel di 4.10 maka dapat dibuat persamaaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0{,}208+0{,}231X_1 +0{,}404X_2 + 0{,}125X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

a) α = 0,208 Artinya apabila keragaman produk, persediaaan produk, citra toko, diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (= 0), maka variabel Y (keputusan pembelian) memiliki nilai sebesar 0,208.
b) β_1 = Apabila variabel keragaman produk (X1) naik satu kesatuan, dengan asumsi persediaan produk (X2), dan citra toko (X3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,231 atau 23,1%.
c) β_2 = Apabila variabel persediaan produk (X2) naik satu kesatuan, dengan asumsi keragaman produk (X1), dan citra toko (X3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,404 atau 40,4%.
d) β_3 = Apabila variabel citra toko (X3) naik satu kesatuan, dengan asumsi keragaman produk (X1), dan persediaan produk (X2) tetap dan tidak berubah, maka meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,125 atau 12,5%.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,951[a]	,904	,896

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,896**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh keragman produk, persediaan produk, citra toko, keputusan pembelian adalah sebesar 89,6%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi sebesar 10,4% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV. KESIMPULAN

1. Keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Arta Kediri.
2. Persediaan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Arta Kediri.
3. Citra toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Arta Kediri.
4. Keragaman produk, persediaan produk dan citra toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Arta Kediri.

V. DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Gramedia. Pustaka Utama.

Beladin. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Peelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen di Indomart Mojoroto Kediri.* Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro (online).

Benson. 2007. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Chang, C.H., dan Tu, C.Y. (2005). *Exploring Store Image, Customer Satisfaction, and. Customer Loyalty Relationship*: Evidence from Taiwanese Hypermarket.

Engel, Blackwell, Miniard. *Accounting Principles. Pengantar Akutansi*. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat, Jakarta. *2007*.

Esti. 2014. *Pengaruh Store Atsmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk zterhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirotta Kampus.* Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro (online).

Fees, Reeve, Warren, *2007. Pengantar Akuntansi*, Edisi 21, Penerbit Salemba. Empat, Jakarta.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Foster. Beb. 2008 *Manajemen Ritel.* Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gronroos. 1999 *Servise Manajement and Marketing: A moment of Truth,* Singapore: Maxwell Macmillan International.

Hendra Fure. 2009. *Pengaruh Citra Toko, Harga, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro (online)

Hsu, Chang. 2008. *Marketing retailing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler. *2007. Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler. *2009. Perilaku Konsumen*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Kotler. 2012. *Dasar-dasar pemasaran, edisi kesembilan, jilid 2.* Jakarta: PT. Indeks.

Ma'ruf. *2006. Pemasaran Ritel*. Jakarta.

Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen* :Konsep dan. Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta.

Parasuraman. 2007. *Skala Pengukuran Variabel –Variabel Penelitian*. Bandung.

Pradana. 2011. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro (online)

Roscoe. 1982. Research Methods For Business. Dalam: Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung; Penerbit Alfabeta.

Schiffman dan *Kanuk. 2008. Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Setiadi. 2010, *Manajemen Ritel*, edisi 2, Salemba Empat,. Jakarta.

Skousen. 2004. *Akuntansi Keuangan*. Edisi Enam Belas. Jakarta.

Sopiah. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*, Andi, Yogyakarta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D.* Alfabeta: Bandung.

Susanti. 2011. *Pengaruh Harga Jual, Persediaan Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan "Amin".* Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro (online)

Sutisna, Sunyoto. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.* Yogyakarta: Ekonesia.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta.

Utami. 2010. *Manajemen Ritel Modern.* Yogyakarta: Graha Ilmu

https://id.wikipedia.org/wiki/Arthamart

https://jurnal.unpand.ac.id