ARTIKEL

ANALISIS KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN LESEHAN COMANDAN BANYAKAN KEDIRI

Oleh:

ALIFATU WURYANDANI
14.1.02.02.0222

Dibimbing oleh :

1. Dr. Sri Aliami,M.M..
2. Sigit Ratnanto,S.T,M.M.

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Alifatu Wuryandani
NPM	:	14.1.02.02.0222
Telepon/HP	:	085810022740
Alamat Surel (Email)	:	alifatuwuryandani@gmail.com
Judul Artikel	:	Analisis Keragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri
Fakultas – Program Studi	:	Fakultas Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	:	Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 kediri

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, 9 Aguatus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami,M.M. NIDN. 0716086403	Sigit Ratnanto,S.T,M.M. NIDN : 0706067004	Alifatu Wuryandani NPM: 14.1.02.02.0222

ANALISIS KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN LESEHAN COMANDAN BANYAKAN KEDIRI

Alifatu Wuryandani
NPM: 14.1.02.02.0222
Fakultas Ekonomi – Manajemen
alifatuwuryandani@gmail.com
Dr. Sri Aliami,M.M. dan Sigit Ratnanto,S.T,M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Kondisi ini menuntut para pelaku bisnis makanan untuk mampu memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing di pasar. Para produsen harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya pada usaha makanan. Semakin banyak perusahaan menempatkan orientasi pada keputusan pembelian sebagai tujuan utama. Indikasi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keragaman produk, harga, dan lokasi.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis (1) Pengaruh secara signifikan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan lesehan Comandan Banyakan Kediri. (2) Pengaruh secara signifikan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan lesehan Comandan Banyakan kediri. (3) Pengaruh secara signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di rumah makan lesehan Comandan Banyakan Kediri. (4) Pengaruh secara signifikan keragaman produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di rumah makan lesehan Comandan Banyakan Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan berupa survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di rumah makan lesehan Comandan Banyakan Kediri. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental sampling.* Teknik analisis data menggunakan analisis regresi liner berganda dengan bantuan *software* SPSS *for windows versi* 21.

Kesimpulan hasil penelitian adalah (1) Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri.(2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri. (3) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri. (4) Keragaman produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri. Implikasi hasil penelitian ini yaitu implikasi teoretis dan praktis. Saran bagi pengusaha adalah Diharapkan pengusaha / manajer lebih memperhatikan lagi dalam menetapkan keragaman produk, harga dan lokasi yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai suatu strategi pemasaran yang tepat.

KATA KUNCI : Keragaman Produk, Harga, lokasi, Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat.Kondisi ini menuntut para pelaku bisnis makanan untuk mampu memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing di pasar. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang

berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Bahwa bisnis kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya (Setyanti, 2012).

Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil. Nilai lebih atau strategi itu ditawarkan untuk semakin mendorong keputusan pembelian dari para calon pembeli. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi usaha tersebut untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan keputusan pembelian bagi pelanggannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk. Keragaman produk menjadi salah satu keputusan pembelian para konsumen karena dengan beragamnya produk yang dijual atau banyaknya menu yang ada dirumah makan semakin membuat tertarik para konsumen untuk mencoba makanan-makanan yang lebih banyak. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arsyadani (2015), yang menyatakan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Oleh karena itu, perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga.Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam kelancaran produk dapat terjual. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aziz (2015), yang menyatakan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.Saat ini harga menu di rumah makan Comandan sudah sesuai dengan menu yang disajikannya.

Adapun data penjualan di Rumah Makan lesehan Comandan Banyakan Kediri pada tahun 2016 sampai 2018 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1
Data Penjualan Rumah Makan lesehan Comandan Banyakan Kediri Tahun 2016 – 2018

Bulan	2016	2017	2018
Januari	58.465.000	58.996.000	75.350.000
Februari	60.750.000	75.816.000	72.355.000
Maret	58.352.000	35.816.000	65.250.000
April	47.851.000	72.928.000	70.390.000
Mei	60.995.000	76.806.000	79.350.000
Juni	63.253.000	38.229.000	-
Juli	70.797.000	57.992.000	-
Agustus	61.150.000	45.473.000	-
September	56.005.000	53.304.000	-
Oktober	57.657.000	39.869.000	-
November	66.906.000	70.591.000	-
Desember	52.847.000	43.571.000	-

Jumlah	**715.028.000**	**849.042.000**	**284.695.000**

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihatpenjualan di Rumah Makan lesehan Comandan Banyakan Kediri dari bulan Januari sampai bulan Mei untuk tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 33.949.000 sedangkan dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 42.333.000. Pihak rumah makan harus bisa lebih memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan fakta-fakta, kenyataan variabel diatas maka penulis mengambil judul **"Analisis Keragaman Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri".**

II. METODE

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu: variabel terikat adalah keputusan pembelian. Variabel bebas adalah keragaman produk, harga, dan lokasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, karena data dalam penelitian ini diwujudkan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini teknik yang diambil adalah survey. Menurut Sugiyono (2013:8), penelitian dengan metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pembeli di rumah makan lesehan Comandan Banyakan Kediri pada bulan Maret sampai dengan Mei 2018. Pengambilan sampel dilakukan dengan menngunkan *accidental sampling*, dengan sampel minimal yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu angket. Kategori jawaban yang digunakan adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk menguji validitas menggunakan teknik analisis korelasi *pearson product moment* dengan bantuan program *SPSS 21.0*. Sedangkan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *alfa cronbach*, bantuan program *SPSS* .01

Teknik analisis data yang digunnakan adalah regresi linier

berganda. Sebelum melakukan uji regersi linier berganda terlebih dahulu memenuhi asumsi klasik yaitu uji normelitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Menurut Arikunto (2010:96), adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

keterangan:

Y	= keputusan pembelian
a	= konstanta
b_1,b_2,b_3	= koefisien regresi
X_1	= kualitas produk
X_2	= harga
X_3	= kualitas pelayanan
e	= *Erorr disturbance*

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai sig. sebesar ,007< 0,05 atau bisa dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,855> 1,688 (t_{tabel}), sehingga hipotesis H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Keragaman Produk, keputusan pembelian juga akan semakin baik.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri, dengan nilai sig. sebesar ,001< 0,05 atau bisa dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 3,682> 1,688 (t_{tabel}), sehingga hipotesis H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri, dengan nilai sig. sebesar 0,039<0.05 atau bisa dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,141> 1,686 (t_{tabel}), sehingga hipotesis H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap lokasi.
4. Keragaman produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Comandan Banyakan Kediri, dengan nilai signifikan Uji F sebesar 00,000 < 0,05 atau bisa dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 17,146> 2,866 (F_{tabel}). H_0 ditolak dan H_a diterima Besarnya keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu keragaman produk, harga dan lokasi yaitu sebesar 61,5% dan 38,5% sisanya dijelaskan variabel

lain namun tidak dimasukkan dalam penelitian ini

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian :Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisirevisi). Cetakan ke-14. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Arsyadani.(2015).*pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di minimarket kopma iain wali songo semarang*