

PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BAMBUI WIDIA

NI NYOMAN JULI NURYANI¹; KADEK DIAH WIDIA WATI²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja
Jln. Yudistira No. 11, Kendra, Kec. Buleleng, Bali Telp. (0362) 22950
E-mail : kadekdiahwidiawati2001@gmail.com

Submit: 10/7/2023;

Review: 10/8/2023;

Publish: 26/10/2023

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of price and product diversity on purchasing decisions at the Bamboo Widia store. The population in this study were all consumers at the Widia Bamboo Shop, both male and female. In taking the sampel used in this study were as many as 64 customer. Methods of data collection by using questionnaire techniques and documentation techniques. The type of research used is quantitative research and the data analysis used is multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used the SPSS version 22.0 for Windows application. The results showed that price had a positive and significant effect on purchasing decisions with $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($3.310 > 1.669$) with a significance level of $0.002 < 0.05$. And product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Widia Bamboo store, $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($3.431 > 1.669$) with a significance level of $0.048 < 0.05$.

Keywords: *Price, Product Diversity, Purchasing Decision*

Perekonomian di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) (Halim, 2020). Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sesuai dengan peraturan tersebut UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Berdasarkan Siaran PERS Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha (Azzahra & Wibawa, 2021). Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Harahap & Tambunan, 2022).

Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah, usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,- Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.

Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil pendapatan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-. Usaha menengah Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi

produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp 500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp 2.500.000.000,- sampai Rp 50.000.000.000,.

Adapun ciri-ciri UMKM meliputi, jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu, tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu, usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan (Sukorejo, 2023). Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni, biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah, biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank, pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas (Hanum, 2023). Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang tertuang dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut ada 3 jenis usaha yang termasuk UMKM, usaha kuliner, usaha fashion, usaha agribisnis, usaha otomotif, usaha makanan dan minuman, usaha kerajinan dan lain sebagainya.

Kabupaten Buleleng memiliki UMKM yang tidak kalah banyaknya dalam menopang perekonomian masyarakat Buleleng usaha ini berkembang dengan

baik. Perkembangannya dapat dilihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng. Tahun 2019 Buleleng memiliki UMKM sebanyak 34.374 unit. Jumlah ini sangat besar sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian Buleleng sangat dirasakan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Toko Bambu Widia merupakan salah satu UMKM yang berada di Banjar Dinas Bingin Banjah, Desa Temukus, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng. Toko Bambu Widia menjual berbagai macam bambu dan kerajinan seperti bambu, buluh, slipir, tinjeh, bedeg, dan sangkar ayam. Toko Bambu Widia didirikan pada tahun 2001 oleh Kadek Widana. Persaingan kualitas produk, pelayanan, keanekaragaman produk dan harga menjadi pertimbangan orang-orang untuk memutuskan toko mana akan dikunjungi. Namun, saat ini tingkat pendapatan di Toko Bambu Widia mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Pendapatan Toko Bambu Widia dari Tahun 2018 - 2022

No	Bulan	Tahun 2018		Tahun 2019		Tahun 2020		Tahun 2021		Tahun 2022	
		Pendapatan	%	Pendapatan	%	Pendapatan	%	Pendapatan	%	Pendapatan	%
	Januari	10.500.000	-	11.700.000	-	8.550.000	-	7.500.000	-	10.300.000	-
2	Februari	10.000.000	-4,7	11.880.000	1,5	8.300.000	-2,9	7.600.000	8	10.100.000	-1,9
3	Maret	9.750.000	-2,5	11.230.000	5,4	8.500.000	2,4	7.250.000	-4,6	6.350.000	-37,1
4	April	9.000.000	-7,6	10.400.000	7,3	8.000.000	-5,8	7.700.000	6,2	8.150.000	28,3
5	Mei	70.000	6,3	10.900.000	4,8	7.500.000	-3,1	6.800.000	-11,6	8.600.000	5,5
6	Juni	10.600.000	10,7	10.350.000	-5	7.100.000	-5,3	6.500.000	-4,4	7.800.000	-9,3
7	Juli	10.450.000	-1,4	9.500.000	8,2	7.450.000	4,9	6.800.000	4,6	7.500.000	-3,8
8	Agustus	11.200.000	7,1	9.700.000	2,1	7.100.000	-4,6	7.000.000	2,9	7.200.000	-4
9	September	10.930.000	-2,4	9.000.000	7,2	6.570.000	-7,6	6.700.000	-4,2	6.750.000	-6,2
10	Oktober	9.500.000	-13	9.450.000	5	6.600.000	0,4	6.500.000	-2,9	9.300.000	37
11	November	9.250.000	-2,6	10.000.000	5,8	6.000.000	-9	6.000.000	-7,6	8.800.000	-5,3
12	Desember	9.100.000	-1,6	10.700.000	7	6.800.000	13,3	6.200.000	3,3	8.550.000	-2,8
	Total	119.850.000		124.810.000		88.470.000		82.550.000		99.400.000	

Sumber: Toko Bambu Widia

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan Toko Bambu Widia fluktuatif, setiap bulan pendapatannya tidak menentu terkadang mengalami peningkatan dan terkadang mengalami penurunan. Melihat pendapatan Toko Bambu Widia tergolong usaha mikro dikarenakan memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk

bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil pendapatan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-. Hal ini tampak pada tahun 2018 di bulan April mengalami penurunan hingga 7,6% dan mengalami peningkatan di bulan Juni hingga 10,7%. Pada tahun 2019 Toko Bambu Widia mengalami penurunan hingga 8,2% dan mengalami peningkatan hanya 7%. Pada tahun 2020 mengalami penurunan hingga 9% dan peningkatan hingga 13,3%. Pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga 7,6% dan mengalami peningkatan hingga 8%. Pada tahun 2022 mengalami penurunan hingga 9,3% dan mengalami peningkatan hingga 37,1%. Toko Bambu Widia sudah berusaha memberikan harga yang terjangkau tidak kalah dengan pesaing dan menyediakan barang-barang yang lebih beraneka ragam sehingga memudahkan konsumen. Hal ini terlihat pada tahun 2022 pendapatan Toko Bambu Widia mengalami peningkatan hingga 37,1% dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Adapun faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan tersebut ialah faktor harga dan keragaman produk. Oleh karena itu perlu diperhatikan harga yang ditawarkan sehingga mampu bersaing dengan pesaing lainnya, seperti harga yang terjangkau. Selain itu, produk-produk yang ditawarkan juga diupayakan mampu memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan menentukan pilihannya untuk berbelanja di Toko Bambu Widia.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada Toko Bambu Widia yang beralamat di Banjar Dinas Bingin Banjah, Desa Temukus, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Jenis data yang digunakan ada 2 yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuisisioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Bambu Widia sebanyak 64 orang . Populasi

pelanggan di Toko Bambu Widia sebanyak 76 pelanggan.

HASIL

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan didepan yaitu ingin mengetahui Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Bambu Widia, maka selanjutnya dilakukan analisis terkait dengan data yang sudah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan. Dari hasil penyebaran kuesioner pada 64 orang pelanggan Toko Bambu Widia akan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 5.1

Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner

No	Kondisi Kuesioner	Jumlah	Keterangan
1	Baik dan Lengkap	64	Layak
2	Tidak Lengkap Jawaban	0	Tidak Lengkap
Jumlah Total		64	-

Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 5.1 diatas memberikan gambaran bahwa pada penyebaran kuesioner sebanyak 64 responden diperoleh bahwa kuesioner yang layak digunakan adalah sebanyak 64 kuesioner yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan bantuan SPSS *Versi 22.0 for windows*.

Ketentuan suatu instrument dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi *Corrected Item Total Correlation* (r) > r -tabel Sugiyono, (2019) pada taraf signifikan 5% atau $\alpha = 5\%$, dimana hasilnya dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 5.2
Hasil Uji Validitas

Instrumen Variabel	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
Harga			
H1	0,844	0,242	Valid
H2	0,843	0,242	Valid
H3	0,798	0,242	Valid
H4	0,779	0,242	Valid
Keragaman Produk			
KrPr1	0,698	0,242	Valid
KrPr2	0,731	0,242	Valid
KrPr3	0,701	0,242	Valid
KrPr4	0,422	0,242	Valid
KrPr5	0,600	0,242	Valid
Keputusan Pembelian			
KP1	0,650	0,242	Valid
KP2	0,732	0,242	Valid
KP3	0,700	0,242	Valid
KP4	0,633	0,242	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria koefisien korelasi antara nilai indikator dengan total nilai indikator 13 lebih besar dari 0,242 sebagai syarat valid. Berdasarkan angka *Corrected Item Total Correlation* menunjukkan nilai lebih besar dari 0,242 sehingga dapat dikatakan instrumen pembentuk variabel valid digunakan

Reliabel atau handal merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat dihandalkan untuk mengukur reliabel/handal, apabila memiliki koefisien reliabilitas (α) sebesar 0,60 atau lebih (Sugiyono, 2019). Untuk menguji reliabilitas sebuah daftar pertanyaan dari sebuah variabel penelitian digunakan Koefisien *Cronbach's Alpha* menunjukkan tingkat *reliability* daftar pertanyaan tersebut yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 5.3
Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Harga	0,832	0,60	Reliabel
Keragaman Produk	0,618	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,610	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah SPSS 22

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sebagai syarat reliabel. Berdasarkan *Cronbach's Alpha* terlihat bahwa semua instrumen mempunyai koefisien lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen pembentuk variabel adalah reliabel.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini adalah uji normalitas atau sampel *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Sugiyono, (2019) menjelaskan *output test of normality*, dalam pengambilan keputusan angka signifikansi ($Sig > \alpha = 0,05$) maka data berdistribusi normal. Hasilnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5.4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69518572
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.106
	Positive	.080
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig. (2- Tailed)* memiliki nilai sebesar 0,072 dimana nilai ini lebih besar dari 5% (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang digunakan sudah berdistribusi normal

Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah multikolonieritas digunakan nilai tolerance dan VIF. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 5.5
Hasil Uji Multikolonieritas

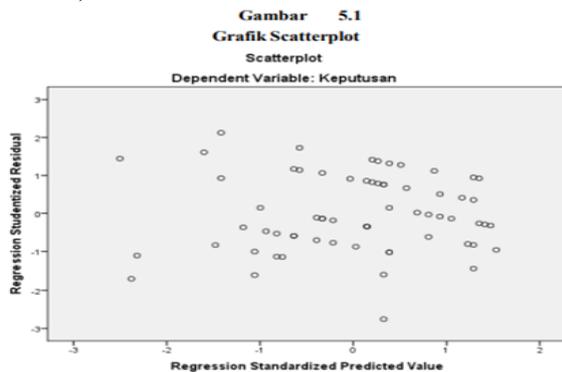
Model/Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	0.945	1.148
Keragaman Produk	0.840	1.058

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Hasil pengujian yang disajikan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance berada diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolonieritas.

Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dalam sebuah model regresi,

dengan tujuan bahwa apakah suatu regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dalam sebuah model regresi dengan menggunakan nampak pada gambar sebagai berikut;



Berdasarkan grafik scatterplot diketahui bahwa, penyebaran titik yang disajikan di atas dapat titik tersebar secara merata dibawah dan di atas angka nol. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah

Hasil perhitungan analisis regresi dengan program SPSS terkait dengan variabel yang diteliti dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5.6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	0,432		
Harga	0,348	0,105	0,401
Keragaman Produk	0,144	0,103	0,397

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini ditentukan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Keputusan pembelian} = 0,432 + 0,348 + 0,144$$

$$\text{Keputusan pembelian} = 0,432 + 0,348 (\text{Harga}) + 0,144 (\text{Keragaman Produk})$$

Interprestasi dari persamaan regresi linier berganda dari model persamaan di atas sebagai berikut : (1) Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas, dapat diketahui bahwa nilai constant untuk minat beli ulang adalah sebesar 0,432, ini berarti bahwa apabila harga, dan keragaman produk bersifat constant maka keputusan pembelian adalah sebesar 0,432. (2) Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat

diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel harga sebesar 0,348 dan bertanda positif yang berarti bahwa apabila terjadi peningkatan harga sebesar satu, maka akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,348. (3) Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel keragaman produk sebesar 0,144 dan bertanda positif yang berarti bahwa apabila terjadi peningkatan keragaman produk sebesar satu, maka akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,144.

Untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat, maka dilakukan :

Tabel 5.7
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	D f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,897	3	16,449	5,542	,006 ^b
	Residual	181,040	61	2,968		
	Total	213,938	64			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Perumusan Hipotesis pengujian dengan menggunakan uji F (F-test) yaitu sebagai berikut:

a. $H_0 : \beta_1 \leq \beta_2 \leq \beta_3 \leq 0$, berarti bahwa Hipotesis ditolak.

b. $H_a : \beta_1 > \beta_2 > \beta_3 > 0$, berarti bahwa Hipotesis diterima.

Penentuan Statistik Tabel atau taraf α Dalam pengujian ini digunakan F-tabel = F (a,dfn/dfd). Besarnya keyakinan (level of significant) yang dipakai dalam pengujian ini adalah sebesar 5% dengan dfn (degree of freedom numinator = derajat bebas pembilang) = K - 1 = 3 - 1 = 2, dan dfd (degrees of freedom denominator = derajat bebas penyebut) = n - k = 64 - 3 = 61. Sesuai dengan tabel F, besarnya F (a,dfn/dfd) untuk F (5%, 3/64) adalah 3,14.

Penentuan F-hitung Dari hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 22 ternyata pada dfn (degree of freedom numinator = derajat bebas pembilang) = 2 dan dfd (degrees of freedom denominator = derajat bebas penyebut) = 64, besarnya F-hitung yaitu 5,542.

Penarikan Kesimpulan Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka didapat F-

hitung > F tabel, (5,542 > 3,14) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Ini berarti secara statistik pada taraf signifikan 0,05. Ini menandakan bahwa harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05.

Untuk menguji hipotesis diterima atau tidak, maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji-t. Berdasarkan hasil analisis, berikut ini dapat ditampilkan hasil pengujianya :

Tabel 5.8
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	5.010	.000
Harga	3.310	.002
Keragaman Produk	3.431	.048

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat diketahui besarnya thitung untuk variabel harga adalah sebesar 3,310, kemudian besarnya nilai thitung untuk variabel keragaman produk adalah sebesar 3,431. Selanjutnya akan dilakukan perhitungan untuk membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. (taraf kesalahan) = 5% dan df (degree of freedom = derajat bebas) = n - k = 64 sehingga besarnya t-tabel = t(a,df) yang dicari adalah t (5%, 64) adalah 1,669 (Sugiyono, 2019). Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah:

Ho ditolak apabila t-hitung < t-tabel (Non Significant)

Ho diterima apabila t-hitung > t-tabel (Significant)

Mengacu pada hasil tabel diatas, diketahui bahwa nilai t hitung > t-tabel (3,310 > 1,669) dengan nilai probability (a = 5%) = 0,001 < 0,05, artinya hipotesis yang menyatakan semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin meningkat keputusan pembelian pada Toko Bambu Widia (diterima). Selanjutnya nilai t-hitung > t-tabel (3,431 > 1,669) dengan nilai probability (a = 5%) = 0,006 < 0,05, artinya

hipotesis yang menyatakan semakin banyak keragaman produk maka semakin meningkat keputusan pembelian di Toko Bambu Widia (diterima). Dimana variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel keragaman produk dengan tingkat signifikan paling tinggi yaitu 0,048 < 0,050, dibandingkan variabel harga yaitu 0,002. Ini menandakan produk yang ditawarkan berbagai macam akan menjadi pertimbangan konsumen untuk berbelanja di suatu toko. Segala keperluan konsumen sudah dapat dipenuhi karena sudah disediakan di dalam toko itu, sehingga konsumen tidak beralih ke toko lain.

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas dengan variabel terikat yang akan ditampilkan pada tabel berikut ini :

Tabel 5.9
Hasil Analisis Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.754	.726	1.723

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22

Berdasarkan tabel 5.10 diketahui besarnya nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai R square yaitu sebesar 0,754 dari pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 75,4%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,401 dan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa t-hitung > t-tabel (3,310 > 1,669). Ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marpaung dkk (2021), Sihotang (2020), dan Hartono, dkk (2019) menyatakan harga berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian. Semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Bambu Widia sebesar 0,397 satuan dan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,431 > 1,669$), ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Subcki (2019), Retnaningdiah (2020), dan Suari, dkk (2019) menyatakan keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Beragamnya produk yang ditawarkan di toko akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini konsumen tidak perlu ke toko lain untuk membeli produk yang dibutuhkan karena telah disediakan di satu toko ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,310 > 1,669$) dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$. (2) Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bambu Widia nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,431 > 1,669$) dengan tingkat signifikan $0,048 < 0,05$.

DAFTAR RUJUKAN

Ardianti, D. A., Aprileny, I., dkk.. (2020). Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan. *Ikraith-Ekonomika*. 3(3) : 55-63.

Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Praktis. Jakarta: Rineka Cipta.

Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi optimalisasi standar

kinerja UMKM sebagai katalis perekonomian indonesia dalam menghadapi middle income trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*. 1(1) : 75-86.

- Ferdinand, Augusty. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: CV. Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*(Edisi 5). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*. 1(2) : 157-172.
- Hanum, F., Maryam, M., dkk. (2023). Strategi Ekspansi Usaha UMKM dengan Pendekatan Metoda Hybrid SWOT Analisis dan AHP. *Jurnal Serambi Engineering*. 8(1).
- Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 3(02).
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). *UMKM dan Pembangunan*. Cemerlang: *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. 2(2) : 228-235.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Siaran Pres Hm.4.6/553/Set.M.Ekon.3/10/2022 Perkembangan Ukm Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Jakarta, 1 Oktober 2022. Diakses pada tanggal 21 Maret 2023
- Keppres RI No. 19 Tahun 1998. Diakses pada tanggal 21 Maret 2023.

- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2019). *Principles of Marketing*. New jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. and Kevin. L. K. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Jilid 2.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., dkk. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*. 1(1) : 49-64.
- Muti'ah, N., & Retnaningdiah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Maneko Digital.Solusi. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*. 15(2).
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*. 10(5).
- Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie. (2019). Bandung: *Consumer Behavior* Prentice.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt. Hni Hpai). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*. 1(2) : 399-413.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*. 5(1) : 26-33.
- Subacki, R. M. (2019). Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Studi Penelitian di Distro Redscircle Bandung) Doctoral dissertation. Bandung : Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Sudaryono, Dr. (2019). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Husada
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., dkk. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal stei ekonomi*. 29(02) : 17-30.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Alfabeta.
- Suharno. (2020). *Marketing in Practice*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Graha.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Trisno, S. D., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada CV. Anugerah Mulia Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 8(4).
- Utami. (2020). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat: Jakarta Peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008. Diakses pada tanggal 21 Maret 2023