

Pengaruh Harga, Lokasi, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo Kediri

Akmelia Lely Susanti

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

Korespondensi penulis: akmelialely@gmail.com

Abstract: This research aims to determine the influence of the variables price (X_1), location (X_2), product diversity (X_3) on purchasing decisions (Y) for Batik Products at CV Ningrat Prasajo Kediri. This type of research is quantitative research. The data collection techniques used are primary data and secondary data. The sample selection used the accidental sampling method, the number of samples in the research was 95 respondents at CV Ningrat Prasajo Kediri. This research data was obtained through questionnaires, interviews and literature studies. The analysis techniques used are Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, T Test, F Test and Coefficient of Determination Test. The results of the research obtained the multiple linear regression equation $Y = -2.240 + 0.193X_1 + 0.206X_2 + 0.425X_3$ and the t test results of the price variable had a partially significant effect on purchasing decisions with a sig result of $0.025 < 0.05$. Location has a partially significant effect on purchasing decisions, with a sig. $0.011 > 0.05$. Product diversity has a partially significant effect on purchasing decisions, with the result being a sig. $0.000 > 0.05$. Service quality has a partially significant effect on purchasing decisions, with a sig. $0.000 > 0.05$. The F test results obtained Fcount results with a significance value of $0.000 < 0.05$. From the results of the analysis it can be concluded that price, location, product diversity and service quality simultaneously and significantly influence purchasing decisions at CV Ningrat Prasajo.

Keywords: Price, Location, Product Diversity, Service Quality, Purchasing Decisions

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga (X_1) lokasi (X_2), keberagaman produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Produk Batik di CV Ningrat Prasajo Kediri. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pemilihan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, jumlah sampel dalam penelitian diperoleh sebanyak 95 responden pada CV Ningrat Prasajo Kediri. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan studi literatur. Teknik analisis yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan Uji koefisien Determinasi. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -2,240 + 0,193X_1 + 0,206X_2 + 0,425X_3$ dan hasil Uji t variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil sig $0,025 < 0,05$. Lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai sig. $0,011 > 0,05$. Keberagaman produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai sig. $0,000 > 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai sig. $0,000 > 0,05$. Hasil uji F diperoleh hasil F_{hitung} dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Ningrat Prasajo.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Keberagaman Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Persangan bisnis merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang di pasarkan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen sebuah perusahaan harus lebih bisa menciptakan karakteristik tertentu antara produk yang di tawarkan dengan konsumen. Setiap perusahaan harus bekerja keras untuk

menciptakan kebijakan-kebijakan strategi baru dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen.

Batik merupakan kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi dan menjadi warisan budaya Indonesia. Batik Indonesia merupakan produk kebanggaan dari sisi produk tekstil di Indonesia. Batik di Indonesia di buat di banyak daerah di Indonesia dan memiliki motif yang beragam yang menampilkan ciri khas daerah masing-masing. Hal ini membuat persaingan semakin ketat di kalangan semakin ketat di kalangan produsen untuk menciptakan desain, model, serta motif batik yang dapat membuat konsumen merasa puas

Harga yang di tawarkan oleh sebuah toko juga sangat berpengaruh apakah konsumen tertarik atau tidak, karena harga merupakan hal paling sensitif bagi konsumen. harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi konsumen produk kita termasuk barang mewah *superior* (berkualitas tinggi) sedangkan harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah *interior* (berkualitas rendah). Jadi bukan hal mudah untuk suatu perusahaan untuk menetapkan harga. Perusahaan harus ekstra hati-hati dalam menetapkan harga, pentingnya keputusan yang di ambil oleh perusahaan dalam menentukan sebuah harga dan bahwasannya konsumen dan organisasi akan membeli sesuatu dalam jumlah banyak jika harganya tepat dan layak

Lokasi yang mudah di jangkau atau yang berada di tengah keramaian akan membuat konsumen merasa mereka telah diperhatikan apalagi dekat dengan fasilitas-fasilitas umum yang mendukung lainnya seperti ATM, rumah makan, dll. Disamping itu konsumen sekarang membutuhkan tempat perbelanjaan yang banyak pilihannya dan model-model yang menarik agar mereka tidak perlu lagi pergi ke toko-toko yang lain untuk memperoleh barang yang mereka inginkan. Pada saat ini konsumen lebih memilih toko yang nyaman dan mudah untuk di jangkau dan juga bisa bebas memilih barang yang mereka inginkan.

Kediri memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas social, agama, latar belakang pendidikan pekerjaan dan pendapatan, sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung pada factor kebutuhan.

Hal yang penting lainnya juga masalah keragaman produk karena konsumen akan memilih toko yang mana yang akan di kunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang di jual di toko tersebut, jika ada toko yang lebih lengkap meskipun jarak yang di tempuh agak jauh konsumen akan memilih mengunjungi toko tersebut yang lebih lengkap produknya.

Keragaman produk Menurut (Philip and Armstrong, 2016) bahwa keragaman produk adalah strategi yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan dapat melebihinya

sehingga mendapat hasil yang dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat memengaruhi pilihan dan kebutuhan konsumen. Keragaman produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan keragaman produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Oleh karena itu produk mudah di lihat dan di bandingkan konsumen. Sehingga desain produk di buat menarik untuk membuat konsumen tertarik pada produk tersebut. Setelah tertarik di harapkan konsumen mau melakukan pembelian. Pada saat menggunakan produk tersebut maka konsumen akan merasakan produk tersebut sesuai harapan atau tidak. Maka keragaman produk perlu di perhatikan oleh perusahaan, karena hal ini akan menimbulkan keputusan pembelian konsumen.

Terkait dengan kualitas pelayanan adalah suatu kunci yang harus di miliki oleh suatu pengusaha baik yang baru memulai usaha atau yang sudah bertahun tahun menerjuni dunia bisnis, kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan jenis pelayanan lain yang sejenis. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan, pelayanan di anggap baik apabila pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang di harapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang di harapkan konsumen di katakana sangat memuaskan.

Kualitas pelayanan menurut assegaf (dalam Sejati, 2016) kualitas pelayanan adalah suatu aktifitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah kemampuan dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhannya. Bagi para pengusaha khususnya di bidang tekstil harusnya memberikan inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan maupun konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan perusahaan.

Sehingga menarik penulis untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Batik Ningrat Prasajo”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?

2. Apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
6. Manakah yang Paling Dominan Berpengaruh antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
7. Apakah terdapat pengaruh antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo?

Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam menjelaskan permasalahan diatas serta membatasi permasalahan, maka peneliti membatasi penelitian ini pada bidang pemasaran mengenai Pengaruh Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Batik Ningrat Prasajo Kediri.

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan hubungan antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
2. Untuk Menjelaskan Pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
3. Untuk Menjelaskan Pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
4. Untuk Menjelaskan Pengaruh antara Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
5. Untuk Menjelaskan Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?
6. Untuk Menjelaskan Mana Yang Paling Dominan Berpengaruh antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasajo ?

7. Untuk Menjelaskan Pengaruh Antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik di CV Ningrat Prasojo ?

Manfaat Penelitian

Manfaat Operasional

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menyumbangkan wawasan atas hasil yang telah diperoleh. Khususnya, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan referensi kepada pihak perusahaan yakni toko batik Nigrat prasojo. Adanya penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain yang membutuhkan wawasan maupun referensi terkait harga, lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan, toko batik Ningrat prasojo bidang Manajemen Pemasaran.

Manfaat Akademik

Penelitian ini dilakukan sebagai wujud penerapan ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA Kediri. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Penelitian ditujukan untuk masyarakat umum dan mahasiswa khususnya dalam prodi bidang Manajemen Pemasaran

LANDASAN TEORI

Harga

Menurut Firmansyah, (2019) “harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Harga dapat dipandang dari dua sudut yaitu sudut pandang konsumen dan pengusaha”.

Lokasi

Pengertian Lokasi menurut Tjiptono, (2015) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Keberagaman Produk

Menurut Kotler and Kevin Lane, (2007 : 15) mendefinisikan keragaman produk sebagai kumpulan daerah seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono and Chandra, (2016:57) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka waktu panjang dengan perusahaan.

Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah,(2019) keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian yang di lakukan oleh peneliti berlokasi di CV Ningrat prasojo yang beralamat di Jl. Jaksa agung suprpto No 7, mojoroto, Kec. Mojoroto Kota kediri. Dari kampus UNISKA 4 Km kearah utara.

Sumber Data

Menurut Sugiyono, (2019) jenis data yang diperlukan pada penelitian ini ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer sendiri merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung meberikan data kepada pengumpul data

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka penulis menggunakan cara untuk pengumpulan data antara lain:

- 1 Teknik Wawancara
- 2 Pengamatan (Observasi)
- 3 Kuesioner atau angket
- 4 Pustaka/Literatur

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Korelasi
4. Analisis Regresi Linier Berganda

5. Uji Hipotesis,
6. Koefisien Determinasi.

Alat analisis yang digunakan peneliti adalah SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Batik Ningrat Prasojo berdiri pada tanggal 29 Juni 2016 yang didikan oleh Aji Prasojo dengan mengangkat potensi kebudayaan, pariwisata dan kearifan masyarakat kediri melalui motif – motif yang menggambarkan keindahan Kota Kediri, Batik Ningrat Prasojo berupaya mengembangkan sektor batik kediri melalui fashion.

Proses pembuatan batik tulis yang didesain modern dengan motif yang simple dan warna yang dominan menjadikan ciri khas Batik Ningrat Prasojo. Gambaran ini mengangkat generasi milenial yang sangat tepat untuk melestarikan Batik Indonesia. Batik Ningrat Prasojo menggabungkan konsep batik pesisiran dan batik klasik, sehingga memiliki keunikan tersendiri dan sangat tepat digunakan oleh anak muda.

Batik Ningrat Prasojo juga memperkenalkan batik melalui berbagai kegiatan untuk menunjang kelestarian serta membuat batik lebih populer dikalangan generasi muda. Kegiatan tersebut meliputi : Batikcamp, Pemilihan Putera Puteri Ningrat Prasojo, Pemilihan Putra Putri Batik Glamour, Ratu Kebaya Nusantara, Lomba Modern Dance Sentuhan Batik. Tak hanya dikalangan pemuda, Batik Ningrat Prasojo juga melakukan pemberdayaan melalui Kampungku Menyanting dan Kediri Batik Festival dengan kemasan yang lebih praktis dan menyenangkan.

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas variabel harga, lokasi, keberagaman produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing item pertanyaan mendapatkan nilai Sig dibawah 0,05 sehingga semuanya dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	Harga (X_1)	0,660	Reliabel
2.	Lokasi (X_2)	0,706	Reliabel
3.	Keberagaman Produk (X_3)	0,653	Reliabel
4.	Kualitas Pelayanan (X_4)	0,637	Reliabel
5.	Keputusan Pembelian (Y)	0,705	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa hasil nilai *Cronbach's alpha* untuk semua variabel, maka data tersebut dikatakan reliabel karena lebih dari 0,60 semuanya dikatakan andal atau reliabel.

Hasil Uji Korelasi

Tabel 2 Hasil Uji Korelasi

Variabel	Korelasi	Signifikansi	Hasil
Harga (X1)	0,922	0,000 < 0,05	H0 ditolak Ha diterima
Lokasi (X2)	0,926	0,000 < 0,05	H0 ditolak Ha diterima
Keberagaman Produk (X3)	0,941	0,000 < 0,05	H0 ditolak Ha diterima
Kualitas Pelayanan (X4)	0,926	0,000 < 0,05	H0 ditolak Ha diterima

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa hasil diperoleh nilai koefisien korelasi dengan nilai signifikansi p value setiap variabel mendapatkan nilai signifikansi $p < 0,05$, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Tanda pada koefisien korelasi juga berpengaruh pada penafsiran terhadap hasil analisis korelasi, yaitu positif (+) menunjukkan adanya hubungan yang searah, artinya hubungan keempat variabel berbanding lurus. Semakin tinggi variabel X akan diikuti semakin tinggi variabel Y dan sebaliknya. Tanda pada koefisien korelasi adalah negatif (-) menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, artinya hubungan kedua variabel berbanding terbalik.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil regresi tersebut dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = -2,240 + 0,193X_1 + 0,206X_2 + 0,425X_3 + 0,288X_4$$

Dari tabel diatas, dapat diimplementasikan sebagai berikut :

1. Nilai Constant (α) = -2,240

Artinya apabila tidak ada pengaruh antara variabel Harga (X₁), Lokasi (X₂) Keberagaman Produk (X₃), Kualitas Pelayanan (X₄) nilainya tetap maka, Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai sebesar -2,240.

2. Koefisien regresi (b) variabel harga (X₁) sebesar 0,193 yang artinya bahwa ada perubahan satu satuan pada variabel harga maka akan ada penambahan pada keputusan pembelian sebesar 0,193 sedangkan variabel lainnya tetap. Variabel lokasi (X₂) sebesar 0,206 yang artinya bahwa ada perubahan satu satuan pada variabel lokasi maka akan ada penambahan pada keputusan pembelian sebesar 0,206 sedangkan variabel lainnya tetap. Variabel keberagaman produk (X₃) sebesar 0,425 yang artinya bahwa ada perubahan satu satuan

pada variabel keberagaman produk maka akan ada penambahan pada keputusan pembelian sebesar 0,425 sedangkan variabel lainnya tetap. Variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,288 yang artinya bahwa ada perubahan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka akan ada penambahan pada keputusan pembelian sebesar 0,288 sedangkan variabel lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Uji t

1. Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2,285 > 1,986$ dengan nilai signifikan 0,025 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo.
2. Pengaruh lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2,594 > 1,986$ dengan nilai signifikan 0,011 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo.
3. Pengaruh keberagaman produk (X3) terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $4,881 > 1,986$ dengan nilai signifikan 0,000 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo.
4. Pengaruh kualitas pelayanan (X4) terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $3,387 > 1,986$ dengan nilai signifikan 0,001 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo.

Dengan demikian dengan judul pengaruh harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo, telah diuji dan dinyatakan selesai.

Uji F

Dari perhitungan F_{hitung} diperoleh hasil 313,481 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $313,481 > 2,47$ sehingga terdapat pengaruh yang simultan antara Harga, Lokasi, Keberagaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko CV Ningrat Prasajo.

Dengan demikian dengan judul pengaruh harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo, telah diuji dan dinyatakan selesai.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai korelasi atau (R) mendapatkan nilai 0,966 dan nilai koefisien determinan (R^2) atau sebesar 0,933. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 93,3% dan sisanya 6,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada konsumen Toko CV Ningrat Prasajo tentang pengaruh harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan keputusan pembelian, maka dapat dikemukakan beberapa hal yang merupakan kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Terdapat hubungan yang kuat antara variabel harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko CV Ningrat Prasajo. Hal ini dibuktikan dengan nilai multiple R sebesar 0,933 maka koefisien korelasi (hubungan) dapat dikatakan sangat kuat dengan persepsi konsumen dalam memutuskan pembelian di Toko CV Ningrat Prasajo Kediri.
2. Sesuai uji regresi linier berganda dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, lokasi, keberagaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai uji F 313,481.
3. Secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa variabel keberagaman produk yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko CV Ningrat Prasajo Kediri dibandingkan variabel lain. Hal ini terlihat dari nilai regresi linier berganda sebesar 4,881 variabel keberagaman produk tertinggi dibandingkan variabel bebas lainnya.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan dari penelitian ini, adapun beberapa saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik untuk peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang yaitu :

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Toko CV Ningrat Prasajo Kediri terus melakukan perbaikan dan peningkatan terhadap usaha yang sedang dijalankan. Seperti harga yang ditetapkan harus dapat dijangkau konsumen dan dapat bersaing dengan kompetitor, pemilihan lokasi yang mempunyai lahan luar ketika konsumen berkunjung sehingga konsumen akan merasa puas dan nyaman ketika sedang melakukan pembelian.

2. Mempertahankan keberagaman produk agar konsumen merasa puas melakukan pembelian di Toko CV Ningrat Prasajo Kediri serta selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang baik.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan mau melakukan penelitian lebih lanjut dan mengkaji lebih dalam lagi terkait apa yang sudah disajikan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, A. (2019) *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Philip, K. and Amstrong, G. (2012) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Sejati, B.S.A. (2016) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks’, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*, 5(3), pp. 1–19. Available at: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>.
- Sugiono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2016) *Service, Quality, and Satisfaction*. edisi 4. Yogyakarta: Andi.