

**ANALISIS PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK,
STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Konsumen UD FAMILI di Kecamatan Karangsembung, Kebumen)

Oleh :

Aris Sutanto

135501419

asutanto332@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Putra Bangsa Kebumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsembung, Kebumen. Penelitian ini mengambil sampel 100 responden dari konsumen UD Famili.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, Pengumpulan data dilakukan dengan metode *insidental sampling*, diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuisisioner. Pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner mengenai indikator keberagaman produk, indikator *store atmosphere*, indikator harga dan indikator keputusan pembelian.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi berganda. Dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *keberagaman produk, store atmosphere, harga dan keputusan pembelian.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product diversity, store atmosphere, and price of purchasing decisions on UD Famili customers in Karangsembung District, Kebumen. This study took a sample of 100 respondents from consumers UD Famili. The data used in this study is primary data, Data collection is done by incidental sampling method, obtained from the results of respondents' answers collected with the help of questionnaires. questions given in the questionnaire about product diversity indicators, price indicators, and purchasing decision indicators. The method of analysis used in this study is the validity test, reliability test, and multiple regression analysis. With the help of SPSS 22 for windows program. The result of this study indicate that the diversity of products, store atmosphere and prices have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : *product diversity, store atmosphere, price and purchase decision.*

PENDAHULUAN

Bisnis ritel merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Pada perkembangannya, kini bisnis ritel di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern. Hal ini dikarenakan perilaku konsumen saat ini tidak hanya melihat produk dan jasa apa yang di cari atau dibutuhkan, namun lebih kepada kenyamanan dalam berbelanja seperti kebersihan ritel.

Semakin ketatnya persaingan bisnis ritel pelaku bisnis ritel harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di dalam pasar yang sesuai dengan gaya hidup dari pasar itu sendiri. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, lokasi toko, toko yang lebih nyaman dan pelayanan yang lebih

bernilai, namun dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih rendah untuk pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian.

Salah satu ritel yang ada di Desa Karangsambung, Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen adalah UD Famili. UD Famili merupakan toko yang bergerak dibidang ritel yang menjual beraneka ragam barang kebutuhan sehari-hari, peralatan sekolah, peralatan dapur, makanan ringan dan banyak kebutuhan pokok lainnya. Lokasi UD Famil berada di Jalan Karangsambung KM.20, berdekatan dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).

Tingkat pesaingan ritel semakin ketat khususnya di Karangsambung, ada banyak toko yang sejenis dengan UD Famili. Seperti toko Annisa yang memiliki desain toko modern dan memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu di perempatan Desa Karangsambung sebagai pusat keramaian. Selain toko Annisa, KUD Mart juga menjadi salah satu pesaing yang memiliki desain toko yang modern, lokasinya berada di Jalan Karangsambung KM.19. Lokasi UD Famil sendiri berada di Jalan Karangsambung KM.20, berdekatan dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Dengan adanya pilihan toko tersebut membuat konsumen memiliki banyak alternatif kaitanya dengan keputusan pembelian.

Setelah melakukan observasi hal tersebut tidak menjadikan UD Famili sepi pembeli. UD Famili tetap ramai pembeli setiap harinya, bahkan tingkat keramaian pembeli dapat dikatakan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan data transaksi yang dilakukan oleh konsumen pada UD Famili tahun 2017.

Tabel I-1
Data Transaksi Tahun 2017

NO	BULAN	JUMLAH TRANSAKSI
1	Januari	2.351
2	Februari	2.447
3	Maret	2.693
4	April	2.833
5	Mei	2.878
6	Juni	4.367

Sumber: Pengelola UD Famili 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah transaksi pada bulan Januari sebanyak 2.351 transaksi, pada bulan Februari sebanyak 2.447 transaksi, pada bulan Maret sebanyak 2.693 transaksi, pada bulan April sebanyak 2.833, pada bulan Mei sebanyak 2.878, dan pada bulan Juni mencapai 4.367 transaksi. Dengan demikian jumlah transaksi yang dilakukan oleh konsumen pada UD Famili mengalami peningkatan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja pada UD Famili, diantaranya adalah faktor harga, keberagaman produk dan suasana toko (*store atmosphere*). Hal ini dibuktikan dari hasil mini riset yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden. Hasil mini riset tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel I-2
Hasil mini riset

NO	Faktor yang mempengaruhi	Responden	Prosentase
----	--------------------------	-----------	------------

	keputusan pembelian	yang memilih	
1	Harga	11	36,67%
2	Suasana Toko (<i>store atmosphere</i>)	7	23,33%
3	Keberagaman Produk	7	23,33%
4	Faktor Lainnya	5	16,67%
JUMLAH		30	100%

Sumber: Wawancara pada konsumen UD Famili 2017

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen)”**

KAJIAN PUSTAKA

1. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya, Assauri (2006:141).

Indikator keputusan pembelian pada penelitian ini yaitu :

- Pengenalan masalah
- Pencarian informasi
- Evaluasi alternatif
- Tahap keputusan pembelian
- Perilaku pasca pembelian

2. Keberagaman Produk

Kotler (2007:15) mendefinisikan keanekaragaman produk adalah kumpulan dari seluruh produk dan barang yang memiliki keragaman untuk dijual kepada pembeli. Keanekaragaman produk adalah kumpulan produk yang tersedia dalam jumlah dan jenis yang variatif yang ditawarkan kepada konsumen. Produk yang tersedia dalam berbagai macam jenis, model, dan jumlah akan memberikan lebih banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Indikator keberagaman produk pada penelitian ini yaitu :

- Merek produk
- Kelengkapan produk
- Variasi ukuran produk
- Variasi kualitas produk

3. Store atmosphere

Store atmosphere mempengaruhi keadaan emosional pembeli, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja. Dampak dari *store atmosphere* bisa menciptakan kesan yang membuat pembeli akan meningkatkan pembeliannya atau hanya membeli secukupnya dan kemungkinan tidak berniat kembali lagi untuk membeli di tempat tersebut (Mowen dan Minor, 2002:139).

Indikator store atmosphere pada penelitian ini yaitu :

- Eksterior
- Interior
- Tata letak (*lay out*)

4. Harga

Menurut Alma (2006:169), harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga suatu barang merupakan salah satu keputusan yang sangat penting karena harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua ongkos atau bahkan lebih dari itu, yakni untuk mendapatkan laba.

Indikator harga pada penelitian ini yaitu :

- Keterjangkauan harga
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Daya saing harga
- Kesesuaian harga dengan manfaat

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan maka hipotesis yang diajukan adalah :

- H1** : Terdapat pengaruh antara keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen.
- H2** : Terdapat pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen.
- H3** : Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen.
- H4** : Terdapat pengaruh secara simultan keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah keputusan pembelian, keragaman produk, *store atmosphere*, dan harga. Subyek penelitian ini adalah konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen.

Jenis Data dan Pengukuran

Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara responden dengan menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, literature, arsip, dokumen, peraturan dan kebijakan. Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert.

Pemberian kode angka adalah sebagai berikut : Sangat Setuju (4), Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:215). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, adalah *non probability sampling* yaitu metode sampling dengan tidak menggunakan metode acak yang memberi kemungkinan yang sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih. Dalam teknik *non probability sampling* akan digunakan teknik *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dimana sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen toko UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kabupaten Kebumen.

Alat Analisis

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas yaitu untuk menentukan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Syarat uji validitas yaitu :

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item tersebut dinyatakan diterima (Valid).
- b. $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti item tersebut dinyatakan tidak diterima (invalid).

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, apakah instrument tersebut sudah baik atau belum, sehingga akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Dengan perkataan lain reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Kriteria pengujian menurut Sugiyono (2010) :

- a. Jika $\alpha \text{ cronbach} > 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika $\alpha \text{ cronbach} \leq 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2011:107) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau faktor pertambahan ragam. Nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 0.10 .

Uji Heterokedastisitas

Dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adanya heterokedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residu ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran dua (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi ini digunakan jika variabel bebas berjumlah dua atau lebih. (Simamora, 2004:339).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:88). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2011:108). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah item sebelum uji validitas	Jumlah angka yang tidak valid	Nomor item yang tidak valid	Jumlah item yang valid
Keberagaman produk	4	-	-	4
<i>Store Atmosphere</i>	4	-	-	4
Harga	4	-	-	4
Keputusan Pembelian	5	-	-	5

Sumber : Data Primer Diolah 2017

Hasil uji validitas untuk variabel keberagaman produk, *store atmosphere* harga, dan keputusan pembelian menunjukkan masing-masing butir pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari r_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid yang artinya dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Keberagaman Produk (X1)	0,657	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Store Atmosphere (X2)	0,765	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Harga (X3)	0,782	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,688	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena r alpha yang dimiliki oleh masing-masing variabel lebih besar dari 0,60.

Uji Multikolinieritas

Tabel Uji Multikolinieritas

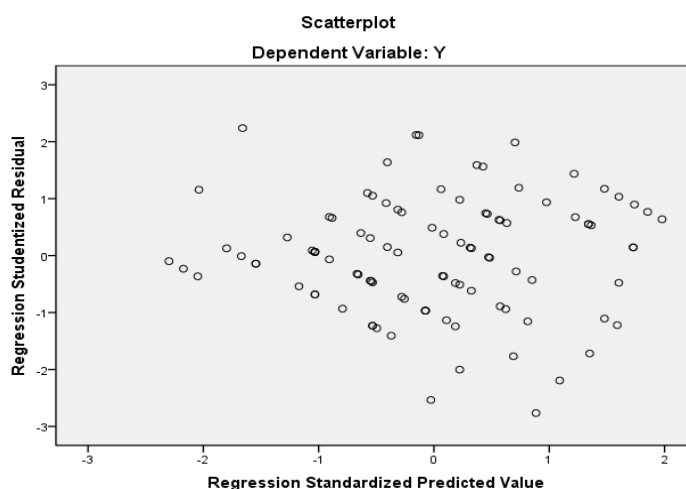
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,697	1,435
	X2	,941	1,063
	X3	,686	1,457

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada kolom *collinearity statistic* menunjukkan angka VIF tidak lebih besar dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model dapat dipakai.

Uji Heterokedastisitas

Gambar Uji Heterokedastisitas

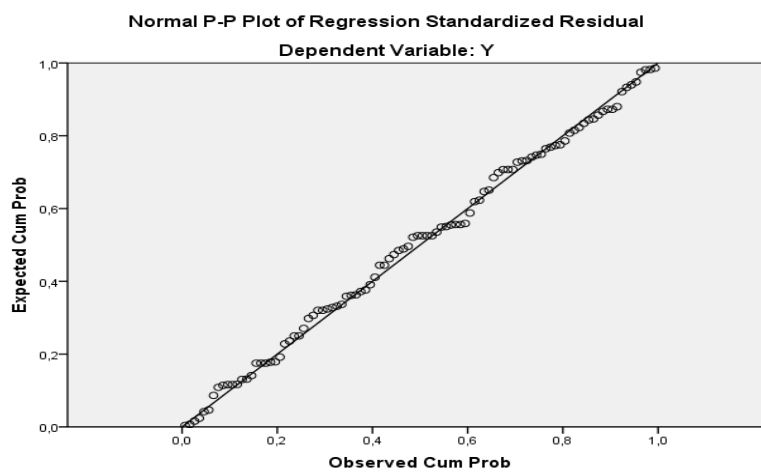


Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan gambar di atas yaitu grafik dari hasil uji heterokedastisitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Normalitas Data

Gambar Uji Normalitas Data



Sumber : *Data Primer Diolah Tahun 2017*

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,171	1,496		1,451	,150		
X1	,548	,100	,461	5,492	,000	,697	1,435
X2	,176	,086	,148	2,047	,043	,941	1,063
X3	,338	,094	,305	3,599	,001	,686	1,457

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel IV-11 di atas, maka dapat di buat persamaan regresi

liniernya sebagai berikut :

$$Y = 2,171 + 0,548X_1 + 0,176X_2 + 0,338X_3 + e$$

- a: Konstanta sebesar 2,171 menyatakan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga maka variabel keputusan pembelian mempunyai nilai 2,171.
- b₁: Nilai 0,548 artinya jika variabel keragaman produk (X₁) bertambah satu satuan skala *likert*, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,548 bila variabel lain dianggap tetap.
- b₂: Nilai 0,176 artinya jika variabel *store atmosphere* (X₂) bertambah satu satuan skala *likert*, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,176 bila variabel lain dianggap tetap.
- b₃: Nilai 0,338 artinya jika variabel harga (X₃) bertambah satu satuan skala *likert*, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,338 bila variabel lain dianggap tetap.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Variabel Keberagaman Produk

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel keberagaman produk (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,492 > t_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel keberagaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko UD Famili.

Variabel *Store Atmosphere*

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel *store atmosphere* (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,047 > t_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikan $0,043 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel *store atmosphere* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko UD Famili.

Variabel Harga

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel harga (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $3,599 > t_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko UD Famili.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV-13 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	197,130	3	65,710	35,805	,000 ^a
Residual	176,180	96	1,835		
Total	373,310	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan hasil Uji ANOVA atau bersama-sama diperoleh F_{hitung} sebesar $35,805 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko UD Famili.

Koefisien Determinasi

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,528	,513	1,35470

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,513 artinya 51,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga.

Implikasi Manajerial

Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $5,492 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menjelaskan

bahwa keberagaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti konsumen melakukan dan meningkatkan keputusan pembelian dikarenakan keberagaman produk yang tersedia pada UD Famili lengkap mulai dari berbagai macam jenis produk, model dan jumlah yang variatif. Penelitian ini sesuai dengan yang telah dilakukan oleh Lela Agustina dan Dr. Parjono, M.Si (2017) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara keberagaman produk terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,047 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti konsumen melakukan dan meningkatkan keputusan pembelian dikarenakan UD Famili memiliki *store atmosphere* atau suasana toko yang nyaman mulai dari bangunan yang cukup luas, tempat parkir yang cukup luas, pencahayaan pada toko yang terang, tata letak produk yang memudahkan konsumen mencari produk yang akan dibeli, dan kebersihan toko yang selalu terjaga. Penelitian ini sesuai dengan yang telah dilakukan oleh Angeli Basransyah, M. Hermanto Dan Johansyah (2016) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,599 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti keterjangkauan harga yang ditetapkan oleh UD Famili membuat konsumen untuk melakukan dan meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini sesuai dengan yang telah dilakukan oleh Reimond Yohanes Monintja, Silvy Mandey, dan Agus Supandi Soegoto (2015) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Keberagaman Produk, *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $35,805 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen. Sedangkan berdasarkan hasil uji R^2 (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai sebesar 0,513 sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel *independent* dalam mempengaruhi variabel *dependent* sebesar 51,3% dan sisanya sebesar 48,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini, hasil ini membuktikan bahwa variabel keputusan pembelian pada toko UD Famili belum bisa sepenuhnya dijelaskan oleh variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga karena nilainya masih dibawah 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner mengenai pengaruh keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:
- Dari 100 responden yang melakukan keputusan pembelian pada UD Famili menunjukan hasil bahwa responden di dominasi oleh laki-laki dengan aktivitas sebagai wiraswasta dengan skala usia 17-23 tahun.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD Famili. Hal ini berarti semakin lengkap keberagaman produk yang ada pada toko UD Famili maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD Famili. Hal ini berarti keputusan pembelian akan semakin meningkat pada UD Famili

dikarenakan *store atmosphere* atau suasana toko yang memberikan rasa nyaman kepada konsumen ketika berbelanja. Mulai dari bangunan yang luas, tempat parkir yang luas, pencahayaan pada toko yang terang, tata letak produk yang memudahkan konsumen mencari produk yang akan dibeli, dan kebersihan toko yang selalu terjaga.

- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD Famili. Hal ini berarti semakin terjangkau harga yang ditawarkan toko UD Famili maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap keberagaman produk, *store atmosphere* yang memberikan rasa nyaman pada konsumen saat berbelanja dan semakin terjangkau harga yang ditawarkan UD Famili maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.

Saran

- Pengelola UD Famili diharapkan untuk menambah ketersediaan produk terutama dalam hal variasi ukuran produk untuk memberikan lebih banyak pilihan ukuran produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
- Pengelola UD Famili diharapkan untuk memperindah eksterior toko sebagai daya tarik bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
- Pengelola UD Famili diharapkan mampu menetapkan strategi penetapan harga dalam hal kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh konsumen sehingga keputusan pembelian konsumen dapat meningkat.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain atau menambahkan variabel lain selain variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada variabel keberagaman produk, *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD Famili di Kecamatan Karangsambung, Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. 2017. Pengaruh Suasana Toko dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Blora : Universitas Negeri Surabaya.
- Anwar, Erpiawan 2015. Analisi Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Toko Lily Jaya Pekanbaru). Jurnal Manajemen. Pekanbaru : STIE Pelita Indonesia Pekanbaru.
- Basransyah, Hermanto dan Johansyah 2016. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Eramart Timbau Di Tenggaraong). JEMI. Tenggaraong : Universitas Kutai Kartanegara Tenggaraong.
- Fahmi, H. 2015. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jemur Adventure Park). Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen : STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Foster, B. 2008. Manajemen Ritel. Bandung : Alfabeta
- Monintja, Silvy Mandey dan Agus Supandi Soegoto 2015. Analisis Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Gelael Swalayan Manado). Jurnal EMBA. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Putri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan

(Studi Pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). Jurnal Administrasi Bisnis. Malang : Universitas Brawijaya Malang.

Rojikin, C. 2016. Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas (Studi Kasus Pada Pelanggan Bintang Sport Center (BSC) Di Gombong). Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen : STIE Putra Bangsa Kebumen.

Sarwono, Jonathan. 2007. Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS. Yogyakarta : ANDI.

Setiadi, Nugroho J. 2008. Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Prenada Media Grup.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta.