

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UTAMA
KOMPUTER KEBUMEN**

Oleh:

Farhan Fuady

115501090

Farhanfuady107@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Analisis Pengaruh harga kualitas pelayanan dan kergaman produk terhadap keputusan pembelian di Utama Komputer. Data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen di Kebumen yang langsung membeli komputer dan *sparepart* di Utama Komputer. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*, penelitian ini mengambil Teknik sampel sebanyak 96 responden. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows version 22* yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda serta Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian secara individual variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Sedangkan, hasil pengujian secara individual variabel keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi variabel harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Utama Komputer Kebumen sebesar 56,8%.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001). Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Menurut Tse and Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Engel, Blackwell and Miniard, 1990 dalam Tjiptono, 1999).

Konsumen merupakan aset perusahaan yang paling berharga, konsumen sebagai pengambil keputusan pembelian atau yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan tersebut, perlu dipahami melalui suatu penelitian yang teratur (Negara, 2002 dalam Samuel 2007:32). Agar konsumen tertarik untuk mengunjungi toko dan melakukan transaksi bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen datang ke pusat

perbelanjaan mempunyai tujuan dan motif yang berbeda mulai dari sekedar melihat-lihat, rekreasi atau khusus untuk berbelanja kebutuhan mereka (Mulyani, 2009: 100). Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menarik konsumen. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pada suatu swalayan atau toko dianalisis melalui lokasi, pelayanan, harga, fasilitas dan keragaman barang Raharjani (dalam Mulyani, 2009: 100).

Sistem informasi dan teknologi komputer berkembang sangat pesat sejalan dengan besarnya kebutuhan terhadap informasi. Perkembangan teknologi informasi tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi komputer, karena komputer merupakan media yang dapat memberikan kemudahan bagi manusia dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Perubahan dan dinamika masyarakat yang semakin cepat seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi sehingga memerlukan kualitas informasi yang akurat, cepat dan tepat. Teknologi informasi adalah salah satu contoh produk teknologi yang berkembang pesat yang dapat membantu manusia dalam mengolah data serta menyajikan sebuah informasi yang berkualitas. Untuk menyediakan informasi tersebut, diperlukan suatu alat bantu atau media untuk mengolah beraneka ragam data agar dapat disajikan menjadi sebuah

informasi yang bermanfaat dengan kemasan yang menarik dan berpedoman pada kriteria informasi yang berkualitas.

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “winwin situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Chandra dan Danny, 2001).

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis komputer. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya toko-toko komputer bermunculan di kota Kebumen. Pelayanan, harga, dan keragaman yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap toko komputer. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola toko komputer untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding toko-toko lain dan kompetitornya. Demikian juga halnya di toko Utama Komputer Kebumen, dimana sebagai salah satu toko yang ada di kota Kebumen, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat

melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di Toko Utama Komputer Kebumen.

Penggunaan komputer khususnya di kota Kebumen pada umumnya sudah mulai dikenal, dimana sebagian besar masyarakat sudah mulai terbiasa dengan komputer yang disesuaikan dengan fungsi dan manfaat yang diperolehnya sehingga komputer sudah menjadi suatu kebutuhan yang harus terpenuhi. Fenomena ini memberikan gambaran perusahaan penjual komputer di Kebumen seperti toko Utama Komputer Kebumen untuk memenuhi kebutuhan dan mempengaruhi konsumen dengan berbagai cara agar konsumen melakukan pembelian.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian komputer diantaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif, hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2007) mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

Layanan yang berkualitas menentukan dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual keragaman produk dan harga yang tidak begitu berbeda seperti di kota besar

lainnya. Hal ini terjadi karena ada beberapa perusahaan komputer yang menjadi *Authorized dealer* seperti toko Utama Komputer Kebumen yang menjual komputer ke konsumen secara langsung sehingga produk dan harga yang dijual langsung ke konsumen akan sama atau tidak begitu berbeda. Demikian juga dengan lokasi penjualan, dengan kemudahan transportasi dan era teknologi yang terus berkembang dengan pesat yang disertai dengan adanya alat komunikasi seperti HP, SMS, *Email*, *E-Commerce*, *Blog* dan lain-lain tentunya lokasi penjualan tidak menjadi halangan untuk melakukan pembelian.

Salah satu ritel yang ada di Kebumen yaitu Utama Komputer Kebumen, toko ini berdiri pada tahun 2007 yang beralamat Jl.Sarbini No 66, Bumirejo, Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54316. Toko Utama Komputer Kebumen juga menyediakan komputer, laptop, printer, scener, proyektor, cctv, peralatan kasir dan perlengkapan komputer dari berbagai merek. Di Kebumen ada banyak toko computer yang ada diantaranya Laris Komputer, MJ Komputer, Artech Komputer dll. Agar berhasil memenangkan persaingan harus dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya, oleh karena itu penting untuk mengenal dan mengetahui konsumennya. Strategi yang diterapkan harus tepat sasaran, agar dapat terus berkembang di tengah persaingan yang ketat.

Berikut adalah tabel daftar toko komputer yang ada di kebumen

No	Nama Toko Komputer	Alamat
1.	Ciung Wanara Komputer	Jl. Tentara Pelajar, Kawedusan, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54317
2.	Unix Komputer	Jl. S. Parman, No. 17, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54316
3.	Cipta Komputer	Jl. Tentara Pelajar No.50, Panjer, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54312
4.	Kusuma Digital	Jl. Kutoarjo No. 27 A, Panjer, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54321
5.	Gama Komputer	Jl. Ahmad Yani No.39, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311
6.	Laris Komputer	Jl. Kusuma No.103, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311
7.	Graha Komputer	Jl. Raya Alternatif Luar Kota Kebumen, Kuwayuhan, Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361
8.	Artech Komputer	Jl. Pahlawan No.147, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311, Indonesia
9.	April Komputer	Jl. Mayjend Soetoyo No.40, Kebumen, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311
10.	Tripio Komputer	Jl. HM Sarbini No.15B, Bumirejo, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54316

Melihat banyaknya kompetitor tersebut, Toko Utama Komputer harus terus meningkatkan inovasi dan layanan agar untuk kenyamanan konsumen. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, dalam penelitian ini faktor yang paling dominan yaitu harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa

yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli(Hussain Umar, 2000 : 32). Harga merupakan faktor penting dalam menentukan akan membeli atau tidaknya konsumen. Untuk dapat menarik perhatian dari konsumen dan juga dapat bersaing dengan ritel lain, maka Utama Komputer menawarkan harga yang cukup bersaing dengan ritel lainnya.

Parasuraman dkk.(1988) dan Kotler (1997) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, suatu perusahaan perlu mengadakan program-program perencanaan, seperti kecepatan pelayanan, kualitas, penetapan harga yang standar dan keramahan dalam melayani palanggan. Utama Komputer telah melakukan hal tersebut tetapi belum sepenuhnya berjalan dengan baik.

Selain harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk juga sangat mendominasi penentuan keputusan pembelian. Konsumen akan bebas memilih sesuai kebutuhan mereka dengan berbagai produk yang ditawarkan oleh Utama Komputer Kebumen. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Utama Komputer Kebumen”.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. (Hussain Umar, 2000 : 32)

Kualitas Pelayanan

Parasuraman dkk.(1988) dan Kotler (1997) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*)

Keragaman Produk

Setiap produk secara hirarki berhubungan dengan produk tertentu lainnya (Kotler, 2003). Variabel keragaman produk dibentuk oleh tujuh indikator yaitu : kelompok kebutuhan, kelompok produk, kelas produk, lini produk, tipe produk, merek dan jenis produk.

Hipotesis

H₁ : *Harga* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial

H₃ : Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H₄: Secara bersama-sama Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

METODOLOGI PENELITIAN

Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, variabel yang akan diteliti antara lain adalah: faktor keputusan pembelian, faktor harga, faktor kualitas pelayanan dan faktor keragaman produk. Subyek penelitian ini adalah konsumen pada Utama Komputer 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

Menurut Bilson Simamora (2004: 193), populasi adalah sekumpulan satuan yang didalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Dengan bahasan yang lebih teknis, populasi adalah keseluruhan orang, event, perusahaan, rumah sakit, mahasiswa dan lain-lain, yang berbagi sejumlah karakteristik bersama (*that share some common set of characteristic*). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Utama Komputer Kebumen.

Menurut Sugiyono (2005:91), Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini sampel diambil secara *Accidental Sampling*, adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dijumpai ditempat tertentu, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2005: 96). Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan cara interval taksiran dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Umar, 2003: 150).

Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif diolah menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan komputer program SPSS versi 22.00.

Uji Validitas

Untuk mengukur validitas dalam penelitian ini, digunakan *Product Moment Corellation* dengan angka r_{tabel} sebesar 0,201. Hasil validitas tiap butir pernyataan dapat dilihat pada tabel IV.5.

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Butir	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga(X_1)	Butir 1	0,836	0,201	Valid
	Butir 2	0,883	0,201	Valid
	Butir 3	0,625	0,201	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)	Butir 1	0,654	0,201	Valid
	Butir 2	0,621	0,201	Valid
	Butir 3	0,623	0,201	Valid
	Butir 4	0,720	0,201	Valid
	Butir 5	0,714	0,201	Valid
Keragaman Produk (X_3)	Butir 1	0,628	0,201	Valid
	Butir 2	0,716	0,201	Valid
	Butir 3	0,633	0,201	Valid
	Butir 4	0,556	0,201	Valid
	Butir 5	0,678	0,201	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Butir 1	0,713	0,201	Valid
	Butir 2	0,886	0,201	Valid
	Butir 3	0,812	0,201	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa $R_{\text{tabel}} < R_{\text{hitung}}$ pada tiap butir. Hal ini berarti bahwa seluruh pernyataan/butir yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid (sah).

Tabel IV.6**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	Koefisien alpha	Status
Harga (X1)	0,697	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,675	Reliabel
Keragaman Produk (X3)	0,626	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,725	Reliabel

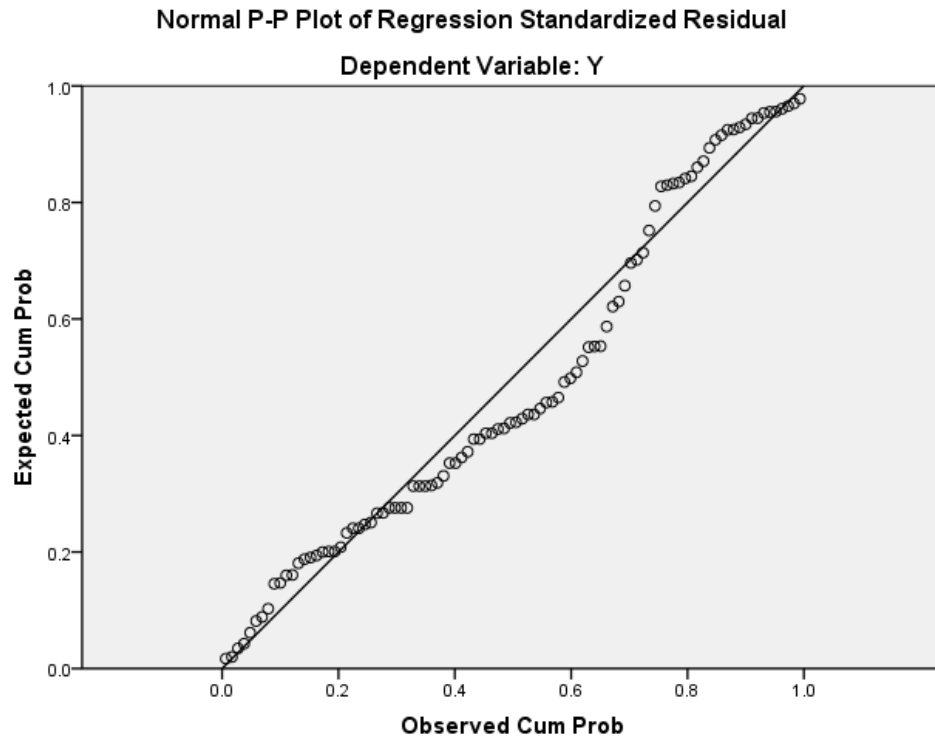
Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keragaman Produk (X3) yang reliabel, karena besar *alpha* lebih dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Analisis ini untuk menguji apakah data sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independennya mempunyai distribusi normal. Hasil analisisnya yaitu:

Gambar IV.2
Uji Normalitas



Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Dari gambar terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji untuk mengetahui ada tidaknya gejala kolinearitas yang mengganggu regresi.

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,824	1,214
X2	,819	1,220
X3	,994	1,006

a. Dependent Variable: Y

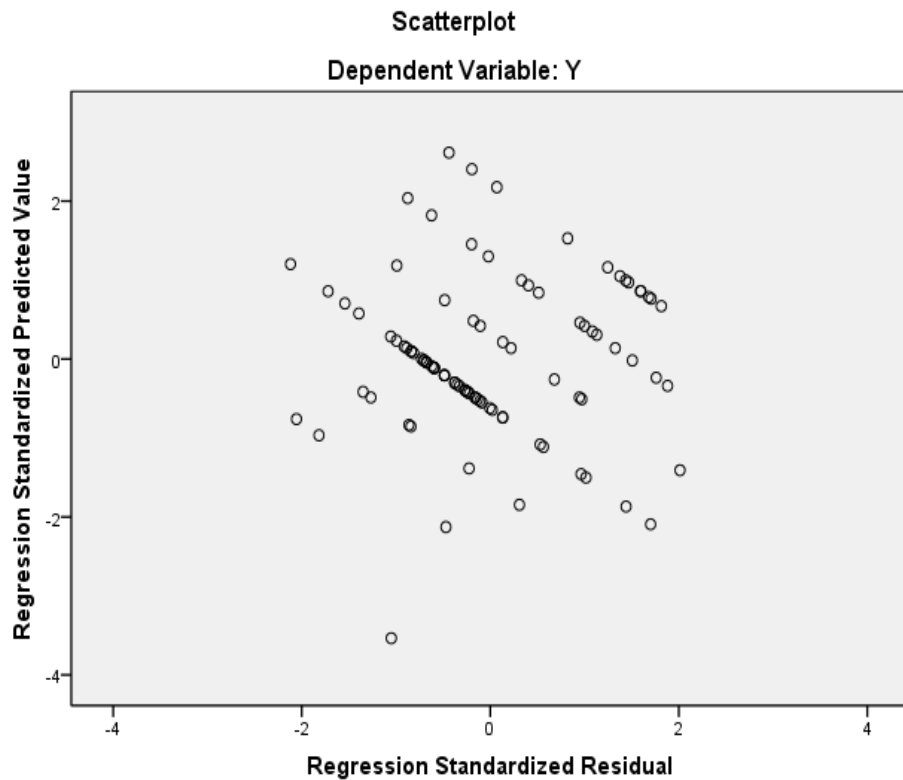
Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel *coefficients^a* diatas, dapat dijelaskan bahwa persamaan pada bagian *collinearity statistics* menunjukkan Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1, Nilai VIF seluruh variabel independen berada diseputar angka 1. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model regresi dapat dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual disuatu pengamatan ke pengamatan yang lain, hasil analisis diperoleh sebagai berikut :

Gambar IV.3.
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan *Regression Standardized Predicted Value* diatas, menunjukan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur dan tidak ada pola yang jelas, maka disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Adapun hasil dari perhitungan regresi dengan menggunakan program SPSS 22.00 dapat dilihat pada ketiga tabel berikut:

Tabel IV.8
Regresi 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.046	1,1143		1790	,077
X1	.220	,073	,225	3.021	,003
X2	.459	,055	,619	8.305	,000
X3	-.098	,049	-,137	-2.020	,046

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dapat dibentuk persamaan berikut:

$$Y = 2.046 + 0,220X_1 + 0,459X_2 - 0,098X_3 + e$$

Uji t (Parsial)

Uji t merupakan satu pengujian individu terhadap variabel independent, dimana untuk mengetahui pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Dalam pengujian ditentukan tingkat signifikan sebesar 5 % atau 0,05 dengan tingkat keyakinan sebesar 95% (0,95). Untuk mengetahui hasil analisis t dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel IV.9
Hasil Analisis Uji t

Variabel	Signifikan	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan
X1	0,003	3.021	1,986	Signifikan
X2	0,000	8.305	1,986	Signifikan
X3	0,046	-2.020	1,986	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah, 2017

a. Variabel Harga

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel Harga (X₁) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3.021 > t_{tabel} 1,986 dengan tingkat signifikan 0,003 < 0,05. Hasil ini menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Dengan demikian harga yang dikonsep dengan baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Utama Komputer

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $8.305 > t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Dengan demikian kualitas pelayanan yang dikonsep dengan baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Utama Komputer

c. Variabel Keragaman Produk

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel keragaman produk (X_3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $-2.020 < t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikan $0,046 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel keragaman produk memiliki pengaruh negatif atas keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen.

4.3.1 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama sesuai dengan tabel berikut :

Tabel IV.10
Regresi 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.425	3	34.808	42.567	.000 ^a
	Residual	75.232	92	.818		
	Total	179.656	95			

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji ANOVA b, diperoleh nilai F hitung sebesar 42.567, dengan tingkat signifikan $0,000 < \text{dari } 0,05$. F_{hitung} sebesar 42.567 lebih besar dari F_{tabel} . Sehingga diartikan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Utama Komputer Kebumen.

4.3.2 R Square (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.11
Nilai R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.568	.90429

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Nilai koefisien determinasi penelitian ini adalah 0,0568 artinya 56,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk. Sedangkan 43.2% (100%-56,8%) lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4. 1 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel harga(X1), kualitas pelayanan (X2) dan keragaman produk (X3) mempunyai kontribusi terhadap Keputusan Pembelian(Y) pada konsumen Utama Komputer Kebumen.Hal ini telah dibuktikan secara empiris.

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji t pada variabel harga ,diperoleh nilai sebesar 3,021 dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Semakin baik

persepsi harga pada konsumen Utama Komputer, maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mimi SA pada tahun 2015.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 8,305 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh Utama Komputer maka meningkatkan keputusan pembelian di Utama Komputer. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mimi SA pada tahun 2015.

3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji t pada variabel keragaman produk diperoleh nilai sebesar $-2,020 < t_{\text{tabel}} 1,986$ dengan tingkat signifikan $0,046 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh yang terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen. Keragaman produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian di Utama Komputer. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mimi SA pada tahun 2015.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai sebesar 56,8% yang artinya variabel harga, keputusan pembelian, dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Utama Komputer Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.

Cartairs-McCarthy, Andrew. 2002. *An Introduction to English Morphology: Word and Their Structure*. Edinburg: MPG books Ltd.

Fandy Tjiptono. 2007. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang.

Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research Jilid 3*. Yogyakarta : Andi.

Jobber, David & Lancaster, Geoff. 2003. *Selling and Sales Management (6th ed)*, Harlow: Pearson Education Ltd.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

_____(terj.). 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi IX, Jilid II*. Jakarta: Penerbit Erlangga Jakarta Cetakan XV.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Indeks.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Lamb, Hair, McDaniel. (2001). Pemasaran. Buku -1.PT.Salemba Emban Raya, Jakarta.

Parasuraman, Et, al., (1988), Zeithmal and Bitner (1996), *Konsep dan Teknik Pengukuran Kualitas Produk Jasa, Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol 4, No I, Hal 55-56.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.