

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PERMEN KELAPA ARILLA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
ALICIA
1910175**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERMEN KELAPA ARILLA

Nama : ALICIA

NIM : 191010175

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 18 Mei 2023

**Disetujui oleh :
Tim Pembimbing**

Pembimbing I



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN : 006037202

Pembimbing II



Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M
NIDN : 0101019601

Diterima oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PERMEN KELAPA ARILLA

Nama : Alicia

NIM : 191010175

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 18 Mei 2023
Dewan Penguji,

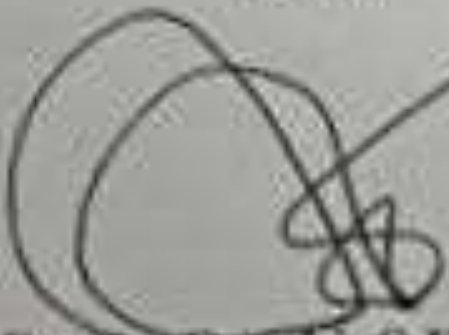
Penguji I : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc
NIDN : 0124028902

()

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., MLM
NIDN : 0115088601

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI
MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI
PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Alicia
NIM	191010175
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing - I	Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si
Pembimbing - II	Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Mei 2023



Alicia

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERMEN KELAPA ARILLA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
4. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
7. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.

8. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan
9. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 09 Mei 2023
Penulis

Alicia
191010175

ABSTRAK

Alicia, 191010175, 2023, Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla, STIE Eka Prasetya, Program, Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 157 pelanggan. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *sampling jenuh* sehingga sebanyak 157 pelanggan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 11.616 + 0.277 Keragaman Produk + 0.215 Kualitas Produk + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 3.011 > t_{tabel} 1,97539$ dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 4.296 > t_{tabel} 1,97539$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 15.839 > F_{tabel} 3.05$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,171 berarti Keragaman Produk dan Kualitas Produk dapat menjelaskan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla sebesar 17.1% dan sisanya 82.9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti citra merek dan harga

Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Alicia, 191010175, 2023, The Influence of Product Diversity and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Arilla Coconut Candy, STIE Eka Prasetya, Program, Management Studies, Supervisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II : Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Product Diversity and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Arilla Coconut Candy. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form of numbers and numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study were 157 customers. The sampling technique used in this study was saturated sampling so that as many as 157 customers were sampled in this study.

Data analysis using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the purchasing decision equation = $11.616 + 0.277 \text{ Product Diversity} + 0.215 \text{ Product Quality} + e$. The results of the research analysis show that Product Diversity has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at Arilla Coconut Candy based on partial test results, namely $t_{\text{count}} 3.011 > t_{\text{table}} 1.97539$ and a significant value of $0.003 < 0.05$. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Arilla Coconut Candy based on partial test results, namely $t_{\text{count}} 4.296 > t_{\text{table}} 1.97539$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results showed that Product Diversity and Product Quality had a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at Arilla Coconut Candy based on simultaneous test results, namely $F_{\text{count}} 15,839 > F_{\text{table}} 3.05$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of this study are supported by the R Square value of 0.171, meaning that product diversity and product quality can explain consumer purchasing decisions for Arilla Coconut Candy by 17.1% and the remaining 82.9% is influenced by other variables outside of this study such as brand image and price.

Keywords: Product Diversity, Product Quality, Purchase Decision

MOTTO

**“Kesabaran itu ada dua macam: sabar
atas sesuatu yang tidak kau ingin dan
sabar menahan diri dari sesuatu yang kau ingini.”
(Ali bin Abi Thalib)**

**“Look, you have to make
mistakes. That’s how you learn
and that’s how the world works.”
(Naomi Campbell)**

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

TUHAN ku yang tak henti menyayangiku. Terima Kasih

Banyak...

Bapak, Ibu yang selalu bekerja keras. Terima kasih atas

Semua hal yang telah kalian korbankan dan berikan

Terima Kasih untuk saudari-saudariku yang selalu

Menyemangatkan...

Thankyou David atas supportnya selama ini

Thankyou karena selalu ada disaat susah maupun senang

Semoga kamu sukses, ILYSM

Specially thanks to dosen pembimbing yang telah banyak membantu

Dan selalu sabar dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan

Dengan baik...

Sahabat yang selalu berbagi curhatan dan teman-teman

Yang saling menyusahkan satu sama lain.

Terima kasih dan selamat untuk kalian semua

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN PLAGIATRISME

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI.....xi

DAFTAR TABEL.....xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah.....4

1.3 Batasan Masalah.....5

1.4 Rumusan Masalah 5

1.5 Tujuan Penelitian.....6

1.6 Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka xi.....7

2.1.1	Teori Tentang Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian	7
2.1.1.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.3	Indikator Keputusan Pembelian	11
2.1.2	Teori Tentang Keragaman Produk	12
2.1.2.1	Pengertian Keragaman Produk.....	12
2.1.2.2	Klasifikasi Produk	13
2.1.2.3	Indikator Keragaman Produk	14
2.1.3	Teori Tentang Kualitas Produk.....	15
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk	15
2.1.3.2	Fungsi Kualitas Produk	16
2.1.3.3	Indikator Kualitas Produk	18
2.2	Penelitian Terdahulu.....	19
2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.4	Hipotesis.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.1.2	Waktu Penelitian.....	24
3.2	Jenis dan Sumber Data	24
3.2.1	Jenis Data	24
3.2.2	Sumber Data.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	25

3.3.1	Populasi.....	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1	Uji Validitas.....	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	29
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	30
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	32
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.6.5	Uji Hipotesis.....	34
3.6.5.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	34
3.6.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	35
3.6.6	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1.	Sejarah Singkat Permen Kelapa Arilla.....	38
4.1.2.	Visi dan Misi Permen Kelapa Arilla.....	38
4.1.3.	Struktur Organisasi Permen Kelapa Arilla	38
4.2.	Karakteristik Responden.....	40
4.2.1.	Karakteristik Responden	40
4.2.2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
4.2.2.1.	Uji Validitas	41

4.2.2.2. Uji Reliabilitas	45
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	47
4.2.3.1. Uji Normalitas	47
4.2.3.2. Uji Multikolinearitas.....	50
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.4. Teknik Analisis Data	53
4.2.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.2.4.2. Uji t (Uji Secara Parsial)	55
4.2.3.3. Uji F (Uji Secara Simultan).....	57
4.2.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.3. Pembahasan	59
4.3.1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	59
4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.3. Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	61

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Implikasi Manajerial	64
5.3. Saran Akademis	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Permen Kelapa Arilla	2
Tabel 1.2	Data Perbandingan Produk	3
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3.2	Skala Likert	30
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X ₁)	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X ₂)	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X ₁)	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X ₂)	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.10	Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.13	Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)	58
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kualitas Produk Permen Kelapa Arilla	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Permen Kelapa Arilla	41
Gambar 4.2	Grafik Histogram.....	50
Gambar 4.3	Grafik Normal P-P Plot	51
Gambar 4.4	Grafik Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Keragaman Produk

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Produk

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian

Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden

Lampiran 10 Hasil Output SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Makanan tradisional merupakan salah satu makanan yang terus di jaga dan juga di pertahankan sampai sekarang guna untuk menjaga kebudayaan yang ada di masing-masing daerah. Pada saat ini semakin banyak produk makanan yang luar negeri masuk ke Indonesia seperti cake, burger, dan lainnya. Adanya makanan dari luar daerah hingga luar negri yang masuk ke pasar di suatu daerah akan sangat berdampak pada kelangsungan dari makanan khas dari daerah tersebut. Permen kelapa sudah dari dulu ada di Indonesia dan menjadi salah satu permen yang disukai oleh masyarakat. Permen kelapa ini sangat disukai oleh masyarakat dikarenakan permen ini memiliki ciri khas dari wangi kelapa tersebut yang sangat disukai oleh masyarakat terutama masyarakat di Sumatera Utara.

Tidak banyak produsen yang membuat permen kelapa ini dikarenakan belakangan permen ini sudah menurun peminatnya. Penurunan peminat dari konsumen ini disebabkan oleh banyak sekali faktor yang diantaranya adalah masuknya beragam jenis permen dari luar daerah, luar negri maupun inovasi terbaru untuk permen yang beredar di pasaran ini. Salah satu produsen yang sampai saat ini masih memproduksi permen kelapa ini adalah Permen Kelapa Arilla. Permen kelapa Arilla ini sudah diproduksi sejak tahun 2013 yang dimana permen ini awalnya hanya di produksi secara rumahan dan di jual di sekitar daerah yang ada di kota medan. Namun saat ini permen kelapa Arilla sudah menyebar keseluruh daerah di Sumatera Utara terutama di kota Medan. Namun saat ini permen kelapa

Arilla mengalami penurunan penjualan yang dimana selain sebelumnya disebabkan karena adanya pandemi yang mengakibatkan menurunnya penjualan yang sangat tinggi dan hingga sekarang penjualan perusahaan tidak mengalami perubahan yang cukup baik.

Berdasarkan Pendapat Wangsa, (2019:23), Keputusan pembelian adaalah proses konsumen dalam mengelola pengetahuan atau informasi mengenai suatu produk serta melakukan pemilihan atau menentukan pembelian produk yang paling disukai untuk memenuhi kebutuhan. Ada beberapa penyebab yang dapat membuat keputusan pembelian dari pelanggan menjadi menurun. Diantaranya adalah keragaman dari produk Arilla.

Berdasarkan pendapat Gunawan (2022:22), Keragaman Produk adalah variasi produk yang mencakup ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko dan seluruh rangkaian produk dalam hal kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan. Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk sangat penting bagi suatu produsen dimana produsen yang dapat membuat produk yang beragam sebanyak mungkin akan membuat peluang yang semakin besar untuk kelangsungan dari perusahaannya. Namun permen kelapa Arilla ini seperti yang diketahui hanya memiliki sedikit sekali varian dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Rasa yang ditawarkan kepada konsumen hanya rasa original, durian dan wijen sehingga membuat konsumen menjadi bosan dan memilih permen lain yang memiliki rasa yang lebih bervariasi.

Tabel 1.2
Data Perbandingan Produk

No	Nama Brand	Keragaman Produk
1	Arilla	Rasa Durian, Original, Wijen
2	Ju Huat	Rasa Pandan, Original, Durian
3	Cirasa	Rasa Original, Pandan, Kopi, Jahe, Coklat
4	Jajanan Kampung Nusantara	Rasa Pandan, durian, Original, Jahe

Sumber Data : Shopee

Berdasarkan tabel 1.2 dapat terlihat bahwa dari hal tersebutlah yang dapat membuat keputusan pembelian dari konsumen permen kelapa merek Arilla ini menurun penjualannya. Produk pesaing memiliki banyak keragaman rasa sehingga hal tersebut mempengaruhi penurunan penjualan, hal ini disebabkan oleh banyaknya permintaan variasi rasa terhadap Permen Kelapa Arilla. Permen Kelapa Arilla hanya memiliki tiga rasa yang sering dijumpai dipasaran, Permen Kelapa Ju Huat, Cirasa, Jajanan Kampung Tradisional memiliki rasa yang bervariasi sehingga Konsumen tidak bosan.

Selain keragaman produk, kualitas dari produk juga sangat di perlukan dalam mempengaruhi. Hal ini juga disampaikan oleh Warella, dkk (2021:21), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas dari produk yang baik akan membuat konsumen menjadi lebih tertarik akan produk yang ditawarkan. Namun kualitas produk dari permen kelapa Arilla ini masih tergolong kurang baik dimana kemasan yang digunakan untuk membungkus permen tersebut mudah untuk hancur ketika dibuka. Selain itu kemasan tersebut sering menempel pada permen. Permen juga mudah sekali meleleh yang membuat cita rasa permen yang seharusnya keras menjadi lembek dan menuju ke rasa seperti

dodol. Kualitas produk yang kurang baik tersebutlah yang membuat keputusan pembelian dari konsumen permen kelapa Arilla ini menjadi menurun.



Gambar 1.1
Kualitas Produk Permen Kelapa Arilla

Berdasarkan gambar 1.1 dapat terlihat bahwa kualitas produk dari Permen Kelapa Arilla memiliki kemasan yang kurang baik, kualitas produk yang cepat mudah rusak/lonyot sehingga tidak dapat bertahan lama.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang terjadi pada perusahaan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERMEN KELAPA ARILLA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Keputusan pembelian dari konsumen menurun dari tahun ke tahun dimana kualitas produk yang ditawarkan oleh arilla kurang baik kualitasnya. Tekstur dari Permen Kelapa lembek, sehingga tidak menarik minat beli konsumen dan juga keragaman dari segi rasa kurang bervariasi .
2. Keragaman produk yang kurang yang dimana rasa yang ditawarkan hanya sedikit membuat konsumen menjadi bosan dan memilih untuk membeli permen yang lebih beraga rasanya.
3. Kualitas produk dari permen kelapa Arilla memiliki tekstur permen yang mudah meleleh (lembek) dan juga kemasan yang lengket dengan permen yang membuat konsumen menjadi kurang tertarik akan permen kelapa tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Keragaman Produk (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y), pengambilan data dilakukan pada penjualan Permen Kelapa Arilla.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla?
3. Apakah Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla
3. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis
Sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan sebagai bahan pertimbangan perencanaan untuk masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan akhir yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan banyaknya pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Berdasarkan pendapat Wangsa (2019:23), Keputusan pembelian adalah proses konsumen dalam mengelola pengetahuan atau informasi mengenai suatu produk serta melakukan pemilihan atau menentukan pembelian produk yang paling disukai untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan pendapat Aripin & Negara (2021:53), Keputusan Pembelian adalah proses bagaimana menetapkan suatu keputusan yang terbaik, logis, rasional, dan ideal berdasarkan fakta, data dan informasi dari sebuah alternatif untuk mencapai sasaran-sasaran yang ditetapkan dengan resiko yang kecil, efektif, dan efisien.

Berdasarkan pendapat Priansa (2017:479), Keputusan Pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik ataupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu.

Berdasarkan pendapat Wasito, dkk (2022:23), Keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen telah memiliki pilihan dan telah siap melakukan pembelian.

Berdasarkan pendapat Arfah (2022:4), Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan para pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian merupakan tahap akhir yang dilakukan apabila konsumen merasa telah siap melakukan suatu pembelian produk tertentu.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen.

Menurut Aripin & Negara (2021:53) Berikut beberapa faktor umum yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli barang yaitu:

1. Akses yang Mudah

Apabila konsumen sulit menemukan atau mengakses platform berjualan, pada satu titik konsumen akan merasa malas dan lebih memilih untuk mencari toko lain. Maka itu, pastikan konsumen mudah mengaksesnya. terutama apabila kamu menjalankan bisnis online.

2. Tampilan Toko & Produk

Kesan yang didapatkan konsumen saat mengunjungi toko atau melihat produk bisa menentukan apakah semakin tertarik untuk berbelanja atau

tidak. Contohnya saja, banyak orang memutuskan untuk makan di suatu tempat karena restorannya tampak menarik dari luar. Ini juga alasan mengapa banyak bisnis yang mengatur halaman media sosial sedemikian rupa agar terlihat estetik.

3. Informasi, Ketersediaan, dan Kualitas Produk

Bukan hanya dari tampilan saja, tetapi keseluruhan produk juga mempengaruhi keputusan pembeli, mulai dari informasi, ketersediaan, hingga kualitas. Apabila informasi produk tidak jelas, konsumen pun bisa ragu dengan kualitas produk maupun kredibilitas bisnis. Kurangnya informasi produk juga memperlambat waktu berbelanja konsumen dimana mereka harus menghubungimu terlebih dahulu untuk menanyakan detail produk, baru kemudian membeli.

4. Harga yang Terjangkau

Salah satu faktor utama dalam membeli barang adalah harga. Harga yang terjangkau bukan berarti harga harus terlampau murah. Apabila harga terlalu murah hingga di bawah standar, bisa jadi konsumen malah ragu mengenai kualitas produk tersebut. Namun jika harga terlalu mahal, konsumen kemungkinan akan mencari toko lain yang bisa menawarkan harga yang lebih terjangkau

5. Promosi yang Menarik

Promosi jelas menjadi salah satu kunci utama untuk menarik konsumen. Makanya banyak bisnis yang mengadakan promo besar-besaran pada momen-momen tertentu. Dalam mengadakan promo, buat agar promo

tersebut semenarik mungkin. Bisa membandingkannya dengan promo-promo sebelumnya atau dengan promo kompetitor. Pikirkan mengenai bagaimana bisa memberikan nilai lebih kepada konsumen

6. Komunikasi yang Mudah Dimengerti

Saat berkomunikasi kepada konsumen, baik itu dalam teks informasi produk, customer service, teks promosi, konten website atau media sosial, dan banyak lagi, usahakan untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.

7. Review dari Pembeli Lain

Reputasi toko sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang, khususnya untuk bisnis online. Maka terus pantau rating dan review yang diberikan konsumen terhadap toko. Apabila ada keluhan, segera tangani. Tampilkan juga testimoni dari pelanggan agar calon pembeli semakin percaya.

8. Pelayanan yang Berkualitas

Kualitas pelayanan yang lambat atau tidak ramah dapat membuat konsumen menjadi enggan untuk membeli. Gunakan bahasa yang sopan dan ramah dalam merespons konsumen. Sebisa mungkin respons konsumen secepatnya. Apabila ada jam operasional, cantumkan jam tersebut pada profil toko sehingga konsumen tahu kapan waktu yang tepat untuk menghubungi.

9. Waktu Pengiriman

Waktu pengiriman juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli barang. Apalagi jika konsumen membutuhkan produk tersebut sesegera mungkin. Sebaiknya beri pilihan pengiriman yang beragam bagi konsumen. Semakin cepat barang sampai akan semakin baik. Pastikan juga bisa menawarkan harga pengiriman yang terjangkau.

2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator merupakan sebuah alat ukur yang dapat memberikan petunjuk atau indikasi yang mewakili konsumen dalam membeli sebuah produk yang diinginkan.

Menurut Wangsa (2019:13), Indikator keputusan pembelian yang digunakan pada penelitian sebagai berikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk, yaitu pelanggan tersebut benar-benar yakin dan mantap untuk membeli produk yang diinginkannya.
2. Kebiasaan dalam membeli produk, yaitu perilaku membeli konsumen pada sebuah produk atau kebiasaan konsumen untuk membeli produk yang sama, karena produk tersebut sesuai dengan keinginannya.
3. Kesedian merekomendasikan, yaitu wujud kepuasan konsumen pada produk yang telah dibelinya, dengan kepuasan tersebut pelanggan mau dan berkeinginan untuk merekomendasikan produk yang telah dibelinya tersebut kepada orang-orang terdekat mereka seperti keluarga, saudara maupun teman-temannya.

4. Minat berkunjung kembali, yaitu kesedian konsumen untuk membeli ulang produk tersebut karena konsumen merasa puas dengan apa yang telah didupatkannya dan sesuai dengan keinginannya.

2.1.2 Keragaman Produk

2.1.2.1 Pengertian Keragaman Produk

Banyaknya keragaman akan menjadi nilai yang sangat penting bagi konsumen. Konsumen akan lebih mudah memilih apa yang dibutuhkan mulai dari jumlah, selera dan ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi.

Berdasarkan pendapat Gunawan (2022:22), Keragaman Produk adalah variasi produk yang mencakup ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko dan seluruh rangkaian produk dalam hal kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pendapat Arman (2022:66), Lini produk adalah suatu kelompok produk yang erat kaitannya karena mereka mempunyai fungsi yang sama.

Berdasarkan pendapat Abdullah dan Tantri (2017:168), bauran produk (atau kumpulan produk) adalah kumpulan semua lini dan jenis produk yang ditawarkan oleh penjual.

Berdasarkan pendapat Indrasari (2019:31), Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Berdasarkan pendapat Kamaroellah (2020:99), Keanekaragaman produk adalah variasi detail produk yang menunjukkan penggunaan aktivitas overhead dalam proporsi yang berbeda secara signifikan antara satu produk dengan produk yang lain.

Berdasarkan para pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keragaman produk merupakan banyaknya variasi produk yang dimiliki oleh produsen yang ditawarkan untuk konsumen agar konsumen merasa puas dalam membeli sebuah produk yang diinginkan.

2.1.2.2 Klasifikasi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk dimiliki ataupun dipakai oleh pembeli untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Berdasarkan pendapat Sari (2017:4), Bagi produsen atau pemasar yang memasarkan produk-nya, mereka mengklasifikasikan produk konsumen menjadi empat, yaitu'

1. Produk konvenien (*convenience products*)

Produk konvenien adalah produk konsumen yang sering dibeli, di-beli mendadak, dan dengan sedikit perbandingan dan usaha pembelian. Contoh: detergen pencuci pakaian, permen, makanan ringan.

2. Produk belanja (*shopping products*)

Produk belanja adalah produk konsumen yang jarang dibeli. Pelanggan melakukan perbandingan dengan cermat sebelum membeli dengan

menimbang kriteria kesesuaian, kualitas, harga, dan usaha pembelian.

Contoh: furnitur, pakaian, mobil.

3. Produk khusus (*specialty products*)

Produk khusus adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau merek yang sudah dikenal, yang mana sekelompok pembeli bersedia melakukan usaha pembelian khusus untuk produk tersebut. Contoh: mobil merek tertentu, peralatan fotografi yang mahal, pakaian karya perancang terkenal.

4. Produk yang tidak dicari (*unsought products*)

Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang tidak diketahui oleh konsumen atau secara normal konsumen tidak berpikir untuk membelinya. Kebanyakan inovasi baru tidak dikenal sampai konsumen menyadarinya melalui iklan. Contoh: asuransi jiwa.

2.1.2.3 Indikator Keragaman Produk

Indikator produk merupakan hal yang sangat penting dalam produk, dimana keragaman produk memiliki variasi, kualitas, serta inovasi yang ada untuk membuat konsumen merasa puas dan yakin. Ada beberapa tingkatan yang harus dilakukan secara bertahap dalam merencanakan sebuah produk.

Berdasarkan Pendapat (Gunawan 2022:23) Indikator keragaman produk yang digunakan pada penelitian sebagai berikut :

1. Kelengkapan produk, banyaknya kategori yang terdapat di dalam sebuah toko atau departemen dan bermacam tipe produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan barang-barang yang berbeda-beda jenisnya,
2. Merek produk, hubungan antara permintaan dan kualitas umumnya dipenuhi atau jumlah merek produk yang ditawarkan
3. Variasi ukuran produk, barang yang dimana dapat dilihat dari ukuran kecil sampai besar, seperti bentuk produk, model dan struktur dari produk tersebut.
4. Variasi kualitas produk, barang yang dimana memiliki standar kualitas pada kategori produk dari pengemasan, label, daya tahan suatu produk dan lain sebagainya.

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Produk

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah bentuk fisik, sifat, yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang menggambarkan suatu produk melalui kualitasnya. Dengan adanya kualitas produk maka pelanggan bisa menilai dan memahami kegunaan produk.

Berdasarkan Pendapat Warella, dkk (2021:21), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan Pendapat Mursidi, dkk (2019:31), Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana

kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide.

Berdasarkan Pendapat Prasetyo, dkk (2021:74), Kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar.

Berdasarkan Pendapat Wardhana, dkk (2022:140), Kualitas produk merupakan bagian penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam rangka memuaskan konsumennya.

Berdasarkan Pendapat Putra (2021:92), Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbang-kan berbagai aspek seperti keandalannya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya, kebutuhannya akan per-baikkan, serta nilai-nilai lainnya yang juga perlu diperhati-kan.

Berdasarkan Pendapat Menurut Astuti & Matondang (2020:7), Kualitas produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilai-nilainya dari produk tersebut apakah di bawah standar, di atas standar, atau sesuai standar.

Berdasarkan para pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk merupakan bagian penting dalam suatu produk, bagaimana produk dapat diterima oleh pasar dan bagaimana produk menjalankan fungsinya.

2.1.3.2 Fungsi Kualitas Produk

Fungsi kualitas produk sangatlah penting, produk yang dihasilkan haruslah memiliki kualitas mutu atau pelayanan yang baik, kualitas produk baik dapat membuat konsumen menjadi loyal karena sudah yakin dan percaya.

Berdasarkan pendapat Miftah & Pangiuk (2020:122), Fungsi kualitas produk atau mutu dari suatu produk terbagi menjadi 3 yaitu:

1. Pengendalian kualitas (*quality control*)

Merupakan suatu system manajemen yang bekerja dengan upaya-upaya yang dilakukan secara sistematis, obyektif, dan berkesinambungan dalam memantau dan menilai produk maupun layanan yang ada di suatu institusi/organisasi.

2. Penjamin kualitas (*quality assurance*)

Penjaminan kualitas merupakan dapat diartikan sebagai pengendalian kualitas. Pelaksana dari penjaminan kualitas ini terkait dengan seluruh rencana dan tindakan sistematis yang berfokus untuk menyediakan kepercayaan dan keyakinan pada pengguna bahwa kualitas persyaratan akan terpenuhi, sehingga menjamin akan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan pengguna.

3. Kualitas terpadu (*total quality*)

Kualitas terpadu pada dasarnya adalah sebuah pendekatan untuk melakukan upaya-upaya dalam memanfaatkan sebaik mungkin keunggulan kompetitif dari organisasi melalui perbaikan kualitas yang dilakukan seterusnya terhadap keseluruhan elemen (total) dalam suatu organisasi, baik produk layanan, proses, dan lingkungannya. Dengan aktivitas ini maka akan melibatkan orang-orang yang ada di organisasi, seperti SDM, produk dan layanan dalam usaha sesuai dengan aturan pencapaian kerja yang terus meningkat pada setiap tingkatan.

2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk

Produk yang dijual dipasaran haruslah memiliki karakteristik atau cirinya sendiri agar berbeda dengan produk yang lain. Dalam memasarkan produk dipasaran produsen harus memperhatikan standar-standar mutu yang ada agar konsumen merasa yakin dan mau membeli.

Berdasarkan pendapat Warella, dkk (2021:21), Dimensi kualitas produk terdiri dari, yaitu

1. *Performance* yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya. *Features* yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti dashboard, AC, sound dan sebagainya.
2. *Reliability* yaitu kemungkinan kecil untuk mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
3. *Conformance* yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.
4. *Durability*, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

5. *Serviceability*, produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut dapat diperbaiki dengan mudah dan murah.
6. *Aesthetic* yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
7. *Perceived Quality* yaitu persepsi pelanggan terhadap kualitas yang dirasakan tentang suatu produk. Jadi kualitas produk merupakan suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh keragaman produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telah banyak diteliti oleh penelitian-penelitian sebelumnya dan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai bahan acuan untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah tabel mengenai penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

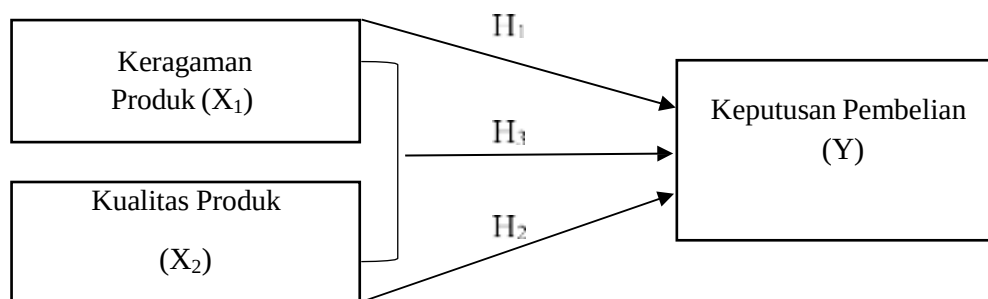
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ulfami & Saino (2020) Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 08 No 01 Tahun 2020 ISSN 2337-6078 Surabaya	Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee	Independen: Desain Produk, Keragaman Produk Harga Dependen: Keputusan Pembelian	Secara Parsial: - Desain Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian - Keragaman Produk secara Parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian - Harga secara Parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan: Desain Produk, Keragaman Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
2	Nurunnisha, etc (2020) <i>International Journal of Psychosocial Rehabilitation</i> , Vol.24, Issue 07, 2020 <i>Indonesia</i>	<i>The Influence of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City</i>	<i>Independent: Promotion Product Quality</i> <i>Dependent: Purchase Decision</i>	<i>Promotion and Product Quality partially and simultaneously affect purchasing decisions</i>
3	Erdalina (2018) Vol. XII. No.9, Oktober 2018 ISSN 1693-2617 E-ISSN 2528-7613 Pariaman	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman	Independen Kualitas produk Harga Iklan Televisi Dependen: Keputusan Pembelian	Secara Parsial: - Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian - Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian - Iklan televisi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Secara Simultan: Kualitas produk, Harga, Iklan Televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Sejati, etc (2021) Peer Reviewed – International Journal Vol-5, Issue-4, 2021 (IJEBAE) E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771 Surakarta	<i>The effect of Product Variation, Service Quality and Facilities on Consumer Purchasing Decision of Mie Ayam Hotplate in Surakarta</i>	Independent: Product Variation, Service Quality Facilities Dependent: Consumer Purchasing Decision	<i>The results partially and simultaneously show that Product Variation, Service Quality and Facilities have an influence on Consumer Purchasing Decision</i>
5	Wijaya, dkk (2021) Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS) ISSN 2622-3740 (Online) Medan	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Medan Jaya Pangan Mutu	Independen: Harga, Promosi Kualitas Produk Dependen: Keputusan Pembelian	Secara Parsial: - Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian - Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian - Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Secara Simultan: Harga, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual menetapkan hubungan antara teori dan konsep yang mendasari penelitian dan berfungsi sebagai panduan untuk mengembangkan penelitian yang sistematis sekaligus sebagai panduan bagi peneliti untuk menjelaskan teori-teori yang mereka gunakan dalam penelitian secara metodis. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah Keragaman Produk, Keragaman produk adalah variasi dan inovasi yang ada didalam produk

untuk menarik calon konsumen dengan memberikan variasi menarik. Konsumen biasanya akan lebih suka kalau variasi yang diberikan produk dapat menarik perhatian mereka sehingga pada akhirnya mereka akan menciptakan keputusan pembelian. Selain faktor keragaman produk, kualitas produk juga menjadi faktor pendukung dalam keputusan pembelian. Kualitas Produk adalah kondisi fisik dan sifat suatu produk baik berupa barang atau jasa yang memiliki kemampuan dalam melakukan fungsinya dengan baik secara keseluruhan. Setiap produk pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing karena itulah kualitas produk menjadi poin penting dalam memilih produk. Sekaligus menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas oleh penulis sebelumnya maka penulis mengajukan dugaan atau hipotesis, yaitu :

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

H₂ : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla

H₃ : Terdapat pengaruh signifikan Keragaman Produk dan Kualitas Produk
terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Permen Kelapa Arilla yang terletak di Jalan Ladang No. 187 Medan

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2022 hingga April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data merupakan sekumpulan angka atau deskripsi dengan jenis-jenis yang berbeda. Data merupakan hal yang penting dalam membuat suatu penelitian.

Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif. Berdasarkan Pendapat Sugiyono (2019:9), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/ *scoring*.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data kita diperoleh, sumber data yang diperoleh haruslah akurat dan dapat dipertanggung jawabkan isinya

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data Primer dan sekunder. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:296), Sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yakni :

1. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan individu yang tinggal di tempat yang sama, populasi dalam penelitian berarti keseluruhan dari variabel yang menyangkut masalah yang akan diteliti.

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:126), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan Permen Kelapa Arilla tahun 2022 berjumlah 157 orang

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, sampel mewakili sifat dan karakteristik yang sama dari populasi. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:127), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling*

jenuh. Dengan demikian, jumlah sampel penelitian yang digunakan adalah 157 pelanggan tetap.

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, defenisi operasional meliputi variabel-variabel penelitian yaitu variabel independen dan variabel dependen yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definsi	Indikator	Skala
Keragaman Produk (X ₁)	Keragaman produk merupakan banyaknya variasi produk yang dimiliki oleh produsen yang ditawarkan untuk konsumen agar kosumen merasa puas dalam membeli sebuah produk yang diinginkan.	1. Kelengkapan produk 2. Merek Produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk Sumber : (Gunawan 2022:23)	Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk merupakan bagian penting dalam suatu produk, bagaimana produk dapat diterima oleh pasar dan bagaimana produk menjalankan fungsinya.	1. <i>Performance</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Conformance</i> 4. <i>Durability</i> 5. <i>Serviceability</i> 6. <i>Aesthetic</i> 7. <i>Perceived Quality</i> Sumber : Warella, dkk (2021:21)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahap akhir yang dilakukan apabila konsumen merasa telah siap melakukan suatu pembelian produk tertentu.	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kesedian merekomendasikan Keputusan 4. Minat berkunjung kembali Sumber ; Wangsa (2019:3),	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Memilih Teknik pengumpulan data sangatlah penting dalam penelitian, penulis harus memilih Teknik yang sesuai yang tepat agar penelitian berjalan dengan baik dan tepat sasaran. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:296), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan keempatnya

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membuat daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner yang ditujukan kepada para responden.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:146), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi

dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata dan skor sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala likert

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini mengacu pada pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan fenomena Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Wawancara yang dilakukan menggunakan wawancara tidak terstruktur karena hanya ingin mendapatkan informasi tambahan atau garis besar permasalahan dari responden yang telah mengisi kuisioner.

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:198), wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

3. Studi dokumentasi

Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh di uji ketepatan dan kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reabilitas alat ukur yang digunakan.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat untuk mengukur apakah data yang penulis peroleh valid atau tidak.

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid
2. Hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ = valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menguji sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan secara sah.

Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan di jawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pertanyaan/pernyataan mengukur hal yang sama. Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki

distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

a. Analisis Grafik

Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:161), salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Analisis Statistik

Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:163), uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

- a. H_0 : Data residual berdistribusi normal
- b. H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- 1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal
- 2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data residual tidak normal

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolienaritas merupakan uji yang digunakan oleh peneliti untuk menguji apakah data yang di olah terjadi kolerasi atau tidak. Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:107), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dengan melihat

- 1. nilai *tolerance* dan lawannya
- 2. *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan

nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedisitas uji yang dilakukan ertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:137), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heterosdekastisitas.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:138), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:95), analisis regresi berganda adalah berupa koefisien masing-masing variable independent. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variable dependen dengan suatu persamaan. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
 X1 : Keragaman Produk (*independent variable*)
 X2 : Kualitas Produk (*independent variable*)
 α : Konstanta
 $\beta_1, \dots, \beta_2$: Koefisien regresi
 e : *Error*

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. yang dianggap konstan.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau :

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
- b. $H_A : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

.Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:98), Uji F menguji joint hipotesis bahwa b_1, b_2 dan b_3 secara bersama-sama sama dengan nol. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Arti Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

2. $H_A : b_1, b_2 \neq 0$, Arti Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Uji hipotesis ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X_1 , X_2 dan X_3 . Apakah joint hipotesis dapat diuji dengan signifikansi b_1 , b_2 dan b_3 secara individu. Jawabannya tidak. Alasannya dalam uji signifikansi individu terhadap parsial koefisien regresi diasumsikan bahwa setiap uji signifikansi berdasarkan sampel (independen) yang berbeda.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji r digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. 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.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Permen Kelapa Arilla

Permen yang dibungkus kecil ukuran 1 cm dengan kertas plastic berwarna putih ini memiliki rasa unik dari gula merah yang harum. Padahal permen ini sama sekali tidak menggunakan gula pasir yang dikaramelkan (*browning*) dengan santan kelapa. Permen atau gula-gula yang mempunyai nama unik permen gula kabung atau permen kapitong adalah permen khas Bangka yang sudah ada sejak dulu sebagai makanan kecil dengan rasa manis pengganjal perut di zaman susahnyanya kehidupan di Kepulauan Bangka Belitung. Terus bertahan hingga sekarang, permen ini tidak berubah dari segi rasa, hanya saja bentuknya kian tahun semakin kecil dengan bentuk yang bervariasi.

Permen kelapa Arilla merupakan usaha rumah tangga yang turun temurun, usaha ini terus bertahan menghadapi perubahan zaman. Permen kelapa Arilla ini sudah diproduksi sejak tahun 2013 yang dimana permen ini awalnya hanya di produksi secara rumahan dan di jual di sekitar daerah yang ada di kota medan. Permintaan permen ini sebagai oleh-oleh khas kota Medan cukup bagus, meskipun kendala terbesar adalah bahan baku kelapa yang semakin mahal, dan peralatan yang sederhana, sehingga mempengaruhi harga dari permen ini apalagi harus bersaing dengan aneka permen yang sudah terkenal dan banyak dipasaran.

4.1.2 Visi dan Misi Permen Kelapa Arilla

4.1.2.1 Visi

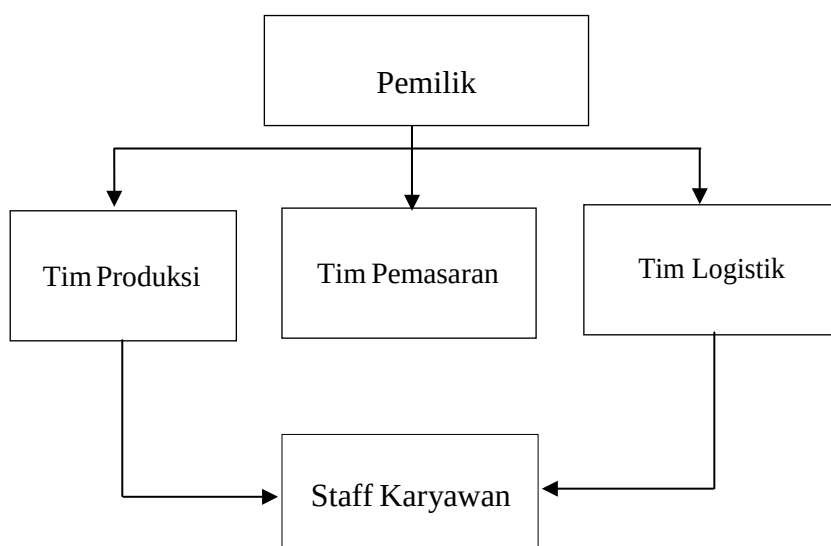
Memberikan produk permen kelapa yang berkualitas dan menjadi salah satu produsen permen kelapa yang terbesar di Sumatera maupun di Indonesia.

4.1.2.2 Misi

1. Meningkatkan sarana dan prasarana sesuai standarisasi perusahaan distribusi.
2. Menjalin dan mengembangkan kemitraan yang saling menguntungkan dengan Prinsipal yang menghasilkan produk bermutu.
3. Mengembangkan sumber daya manusia yang handal serta berkinerja tinggi dengan menerapkan prinsip-prinsip tatakelola perusahaan yang baik.

4.1.3 Struktur Organisasi Permen Kelapa Arilla

Struktur organisasi merupakan gambaran sekelompok orang yang bekerja sama dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Struktur organisasi menyediakan pengadaan personil yang memegang jabatan tertentu dimana masing-masing diberi tugas, wewenang, dan tanggung jawab sesuai jabatannya. Hubungan ini dituangkan dalam struktur organisasi dimana merupakan gambaran sistematis tentang hubungan kerja dari orang-orang yang mengerakkan organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, Permen Kelapa Arilla mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Permen Kelapa Arilla

Uraian mengenai tanggung jawab, tugas dan wewenang pada setiap bagian dari struktur organisasi Permen Kelapa Arilla :

1. Pemilik bertugas mengendalikan jalannya usaha, membuat peraturan, menyediakan biaya, melakukan evaluasi serta mengambil keputusan
2. Tim Produksi bertugas menyediakan bahan baku, mengolah bahan baku, memproduksi bahan baku serta menjaga kualitas produk
3. Tim Pemasaran bertugas dalam memasarkan produk di pasar, menjual produk dipasaran, membuat startegi penjualan, menjaga agar setiap took stoknya selalu ada.
4. Tim logistik bertugas melakukan proses pengiriman, melakukan pengemasan produk, dan memantau pengiriman produk, serta mengawasi stok produk di lapangan
5. Staff Karyawan bertugas membantu semua tim

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya jenis kelamin, usia dan Pendidikan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 157 orang responden Permen Kelapa Arilla.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	89	56.69
2	Laki-laki	68	43.31
	Jumlah	157	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.1 terlihat responden pada Permen Kelapa Arilla yang berjenis kelamin perempuan paling banyak yaitu sebanyak 89 orang (56.69%) dan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68 orang (43.31%).

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	46	29.30
2	21-30 Tahun	87	55.41
3	31-40 Tahun	24	15.29
4	41-50 Tahun	0	0
	Jumlah	157	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.2 terlihat responden Permen Kelapa Arilla yang berumur di antara 21-30 tahun paling banyak yaitu sebanyak 87 orang (55.41%) dan paling sedikit berumur 31-40 tahun yaitu hanya sebanyak 24 orang (15.29%).

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	79	50.32
2	D3	14	8.92
3	S1	62	39.49
4	Lainnya	2	1.27
Jumlah		157	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.3 terlihat responden Permen Kelapa Arilla yang memiliki pendidikan terakhir SMA terbanyak yaitu sebesar 79 orang (50.32%) dan yang paling sedikit adalah memiliki latar belakang lainnya yaitu sebanyak 2 orang (1.27%).

4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid
2. Hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ = valid

Hasil uji validitas untuk variabel Keragaman Produk (X_1) dapat dilihat pada

Tabel 4.4 :

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Permen Kelapa Arilla menyediakan rasa yang bervariasi	0.603	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla hanya menyediakan produk permen kelapa saja	0.570	0,361	Valid
Saya hanya membeli permen kelapa merek Arilla	0.750	0,361	Valid
Permen yang dijual Arilla selalu tersedia stoknya	0.593	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki variasi bentuk permen yang beragam	0.839	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla menawarkan produknya dalam berbagai macam kemasan produk	0.786	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki daya tahan yang sangat lama	0.452	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen	0.835	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keragaman Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Keragaman Produk dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Permen Kelapa Arilla memiliki rasa yang enak	0.771	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla sangat mudah untuk dikunyah karena teksturnya yang lembek	0.815	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla rentan terhadap sinar matahari	0.573	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki kadaluarsa yang lama	0.677	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla dikemas dengan standart dari produk tersebut	0.691	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla tidak menggunakan pemanis buatan dalam produksi produknya	0.556	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla terjamin kualitasnya	0.661	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla dapat disimpan dengan jangka waktu yang sangat lama	0.661	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla dijual dengan harga yang murah	0.677	0,361	Valid
Kemasan Permen Kelapa Arilla dikemas dengan rapi	0.724	0,361	Valid
Warna dari Permen Kelapa Arilla sangat alami	0.607	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla dikemas dengan gambar yang menarik	0.815	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan	0.556	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla dapat bersaing dipasaran	0.855	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Produk dinyatakan

telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Saya merasa kualitas yang dijual Permen Kelapa Arilla sangat baik	0.527	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan permen kelapa lainnya	0.823	0,361	Valid
Setelah melihat banyak yang membeli Permen Kelapa Arilla, maka Saya tertarik untuk mencobanya	0.649	0,361	Valid
Saya selalu melihat informasi produk sebelum melakukan pembelian	0.470	0,361	Valid
Saya akan merekomendasikan produk Permen Kelapa Arilla kepada orang lain	0.537	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla tersedia di berbagai warung	0.571	0,361	Valid
Saya akan terus membeli produk permen merek Arilla	0.808	0,361	Valid
Permen Kelapa Arilla memiliki kemasan yang higienis	0.823	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Keputusan Pembelian dinyatakan telah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan di jawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pertanyaan/pernyataan mengukur hal yang sama. Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Keragaman Produk dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X_1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Keragaman Produk (X_1) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari

0,60 yaitu $0,827 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Keragaman Produk (X_1) dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	14

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa keempat belas butir *item* untuk variabel Kualitas Produk (X_2) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,912 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,778 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

a. Analisis Grafik

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:161), salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Analisis Statistik

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal

secara statistik bisa sebaliknya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

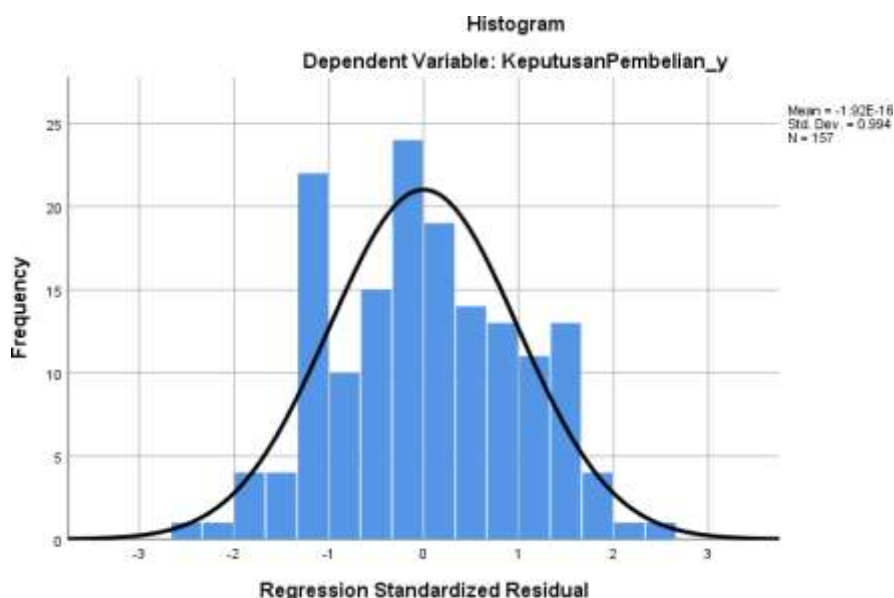
Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

- a. H_0 : Data residual berdistribusi normal
- b. H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data residual tidak normal

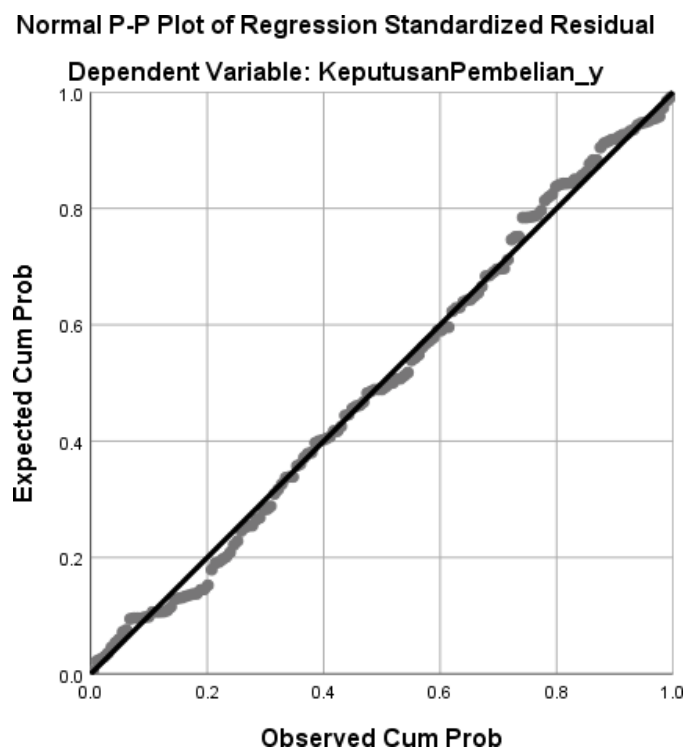
Berikut ini uji normalitas melalui grafik histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2. dan 4.3.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji One Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.10460683
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.047
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolienaritas merupakan uji yang digunakan oleh peneliti untuk menguji apakah data yang di olah terjadi kolerasi atau tidak. Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:107), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dengan melihat :

1. nilai *tolerance* dan lawannya
2. *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.11 dibawah ini :

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	11.616	2.680		4.334	.000		
	Keragaman_Produk	.277	.064	.318	4.296	.000	.981	1.019
	Kualitas_Produk	.215	.071	.223	3.011	.003	.981	1.019

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.10 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel Keragaman Produk adalah sebesar 0.981 dan variabel Kualitas Produk adalah sebesar 0.981 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk variabel Keragaman Produk adalah sebesar 1,019 dan variabel Kualitas Produk adalah

sebesar 1.019 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

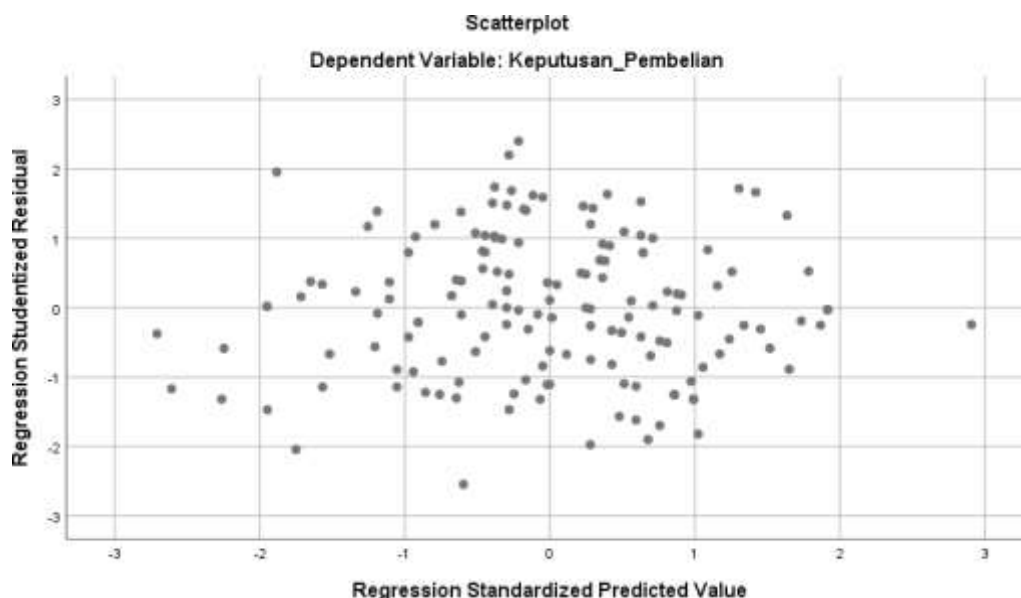
Uji heteroskedastisitas uji yang dilakukan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:137), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:138), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Grafik *Scatterplot* heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4 dibawah ini :



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara terbesar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian berdasarkan Keragaman Produk dan Kualitas Produk.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:95), analisis regresi berganda adalah berupa koefisien masing-masing variable independent. Koefisien ini diperoleh

dengan cara memprediksi nilai variable dependen dengan suatu persamaan. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
 X1 : Keragaman Produk (*independent variable*)
 X2 : Kualitas Produk (*independent variable*)
 α : Konstanta
 $\beta_1, \dots, \beta_2$: Koefisien regresi
 e : Error

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	11.616	2.680		4.334	.000			
Keragaman_Produk	.277	.064	.318	4.296	.000		.981	1.019
Kualitas_Produk	.215	.071	.223	3.011	.003		.981	1.019

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 11.616 + 0.277 \text{ Keragaman Produk} + 0.215 \text{ Kualitas Produk} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 11.616 artinya: jika Keragaman Produk dan Kualitas Produk yang diteliti konstan, maka Keputusan Pembelian pada Permen Kelapa Arilla adalah sebesar 11.616.
2. 0.277 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Keragaman Produk (X_1) akan menyebabkan Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0.277 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Produk (X_2) dianggap konstan.
3. 0.215 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Produk (X_2) akan menyebabkan Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0.215 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Keragaman Produk (X_1) dianggap konstan.

4.2.4.2 Uji t (Uji Secara Parsial)

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau :

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
- b. $H_A : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Keragaman Produk dan Kualitas Produk

secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.13
Uji t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.616	2.680		4.334	.000
	KeragamanProduk_x1	.215	.071	.223	3.011	.003
	KualitasProduk_x2	.277	.064	.318	4.296	.000

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.13 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Keragaman Produk adalah 3.011 dengan tingkat signifikan 0.003. Dengan derajat bebas (df) sebesar 155 ($n-2 = 157$ orang responden – 2) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.97539. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Keragaman Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.296 dengan tingkat signifikan 0.000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 155 ($n-2 = 157$ orang responden $- 2$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.97539. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

4.2.4.3 Uji F (Uji Secara Simultan)

.Berdasarkan pendapat Ghozali (2018:98), Uji F menguji joint hipotesis bahwa b_1, b_2 secara bersama-sama sama dengan nol. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Arti Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
2. $H_A : b_1, b_2 \neq 0$, Arti Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Uji hipotesis ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X_1, X_2 . Apakah joint hipotesis dapat diuji dengan signifikansi b_1, b_2 secara individu. Jawabannya tidak. Alasannya dalam uji signifikansi individu terhadap parsial koefisien regresi diasumsikan bahwa setiap uji signifikansi berdasarkan sampel (independen) yang berbeda.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.14
Uji F (Uji Secara Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540.533	2	270.267	15.836	.000 ^b
	Residual	2628.256	154	17.067		
	Total	3168.790	156			

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.14 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 15.836 dengan tingkat signifikan 0,000. $df_1 = 2$, dan $df_2 = 154$ maka nilai F_{tabel} adalah 3.05. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_a Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

4.2.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji r digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Berdasarkan pendapat Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu. 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.

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.160	4.13117

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Keragaman_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.171. Hal ini menunjukkan bahwa 17.1% Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla dipengaruhi oleh variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya yaitu 82.9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel Keragaman Produk adalah 3.011 dengan tingkat signifikan 0.000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 155 ($n-2 = 157 \text{ orang responden} - 2$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah

sebesar 1.97539. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Keragaman Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Ulfami & Saino (2020) yang berjudul Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee, penelitian dari Sejati, etc (2021) yang berjudul *The effect of Product Variation, Service Quality and Facilities on Consumer Purchasing Decision of Mie Ayam Hotplate in Surakarta* yang mengatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.296 dengan tingkat signifikan 0.000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 155 ($n-2 = 157$ orang responden $- 2$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.97539. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Nurunnisha, etc (2020) yang berjudul *The Influence of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City*, berdasarkan penelitian dari Erdalina (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan televisi terhadap Keputusan Pembelian

Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman, dan penelitian dari Wijaya, dkk (2021) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Medan Jaya Pangan Mutu yang mengatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

4.3.3 Pengaruh Keragaman Produk Yang Efektif, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 15.836 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 154$ maka nilai F_{tabel} adalah 3.05. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.171. Hal ini menunjukkan bahwa 17.1% Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla dipengaruhi oleh variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya yaitu 82.9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfami & Saino (2020) yang berjudul Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee,

penelitian dari Nurunnisha, etc (2020) yang berjudul *The Influence of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City*, penelitian dari Erdalina (2018) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan televisi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman*, penelitian dari Sejati, etc (2021) yang berjudul *The effect of Product Variation, Service Quality and Facilities on Consumer Purchasing Decision of Mie Ayam Hotplate in Surakarta* dan penelitian dari Wijaya, dkk (2021) yang berjudul *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Medan Jaya Pangan Mutu* yang mengatakan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Keragaman Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda. Hal ini memberikan arti bahwa variabel Keragaman Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Keragaman Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
3. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
4. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk dapat menjelaskan keterkaitannya dengan variabel Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Permen Kelapa Arilla memperhatikan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian :
 - a. Permen Kelapa Arilla disarankan agar dapat mempertahankan tekstur dari permen, dengan menjaga tekstur permen tetap konsisten agar hal tersebut dapat membuat pelanggan puas dan melakukan pembelian secara rutin di Permen Kelapa Arilla.
 - b. Permen Kelapa Arilla disarankan memperhatikan variasi bentuk permen, dengan cara melakukan peningkatan inovasi baru dalam variasi ukuran agar dapat membuat pelanggan puas dan melakukan pembelian pada Permen Kelapa Arilla.
2. Kualitas Produk pada Permen Kelapa Arilla perlu ditingkatkan dan dipertahankan, sehingga perusahaan harus melakukan :
 - a. Permen Kelapa Arilla disarankan agar dapat mempertahankan kualitas produk dalam segi warna permen, dengan cara tetap menggunakan bahan alami dalam proses produksinya agar mampu bersaing dipasaran sehingga pelanggan dapat merasa puas dan meningkatkan kembali Keputusan Pembelian mereka terhadap Permen Kelapa Arilla.

- b. Permen Kelapa Arilla disarankan agar dapat meningkatkan kualitas produk dalam segi rasa, yakni tidak menggunakan pemanis buatan dalam pembuatannya sehingga pelanggan akan merasa yakin terhadap Permen Kelapa Arilla.

5.3 Saran Akademis

Saran – saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Permen Kelapa Arilla selain variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk.

2. Batasan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurangberagam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa tempat saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya.

3. Menambah Jumlah Responden

Penelitian ini hanya mengambil 162 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk

meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah. (2022). KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK.
- Aripin & Negara. (2021). PERILAKU BISNIS ETIKA BISNIS & PERILAKU KONSUMEN.
- Astuti, & Matondang. (2020). Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media . Grup Penerbitan CV Budi Utama .
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian penelitian saya, maka saya memohon bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu data penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla”**.

Petuniuk pengisian:

1. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
2. Mohon dalam pengisian kuesioner, dilakukan seobjektif mungkin, agar hasil dari kuesioner ini yang akan dilakukan dalam penelitian dengan judul di atas dapat memberikan hasil yang optimal. Setelah selesai mengisi kuesioner ini, mohon diperiksa kembali apakah seluruh pernyataan telah selesai dijawab. Terima kasih.

Identitas responden:

Jenis kelamin : _____ laki-laki
 _____ perempuan

Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 21 – 30 tahun ☐ 31 – 40 tahun
☐ 41 – 50 tahun ☐ > 50 tahun

Pendidikan Terakhir : ☐ SMA ☐ D3 ☐ S1 ☐ Lainnya

No	Pernyataan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Keragaman Produk (X ₁)						
Indikator : Kelengkapan produk						
1	Permen Kelapa Arilla menyediakan rasa yang bervariasi					
2	Permen Kelapa Arilla hanya menyediakan produk permen kelapa saja					
Indikator : Merek Produk						
1	Saya hanya membeli permen kelapa merek Arilla					
2	Permen yang dijual Arilla selalu tersedia stoknya					
Indikator : Variasi ukuran produk						
1	Permen Kelapa Arilla memiliki variasi bentuk permen yang beragam					
2	Permen Kelapa Arilla menawarkan produknya dalam berbagai macam kemasan produk					
Indikator : Variasi kualitas produk						
1	Permen Kelapa Arilla memiliki daya tahan yang sangat lama					
2	Permen Kelapa Arilla memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Kualitas Produk (X ₂)						
Indikator : <i>Performance</i>						
1	Permen Kelapa Arilla memiliki rasa yang enak					
2	Permen Kelapa Arilla sangat mudah untuk dikunyah karena teksturnya yang lembek					
Indikator : <i>Reliability</i>						
1	Permen Kelapa Arilla rentan terhadap sinar matahari					
2	Permen Kelapa Arilla memiliki kadaluarsa yang lama					
Indikator : <i>Conformance</i>						
1	Permen Kelapa Arilla dikemas dengan standart dari produk tersebut					
2	Permen Kelapa Arilla tidak menggunakan pemanis buatan dalam produksi produknya					
Indikator : <i>Durability</i>						
1	Permen Kelapa Arilla terjamin kualitasnya					
2	Permen Kelapa Arilla dapat disimpan dengan jangka waktu yang sangat lama					
Indikator : <i>Serviceability</i>						
1	Permen Kelapa Arilla dijual dengan harga yang murah					
2	Kemasan Permen Kelapa Arilla dikemas dengan rapi					
Indikator : <i>Aesthetic</i>						
1	Warna dari Permen Kelapa Arilla sangat alami					
2	Permen Kelapa Arilla dikemas dengan gambar yang menarik					
Indikator : <i>Perceived Quality</i>						
1	Permen Kelapa Arilla memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan					
2	Permen Kelapa Arilla dapat bersaing dipasaran					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Keputusan Pembelian (Y)						
Indikator : Kemantapan pada sebuah Produk						
1	Saya merasa kualitas yang dijual Permen Kelapa Arilla sangat baik					
2	Permen Kelapa Arilla memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan permen kelapa lainnya					
Indikator : Kebiasaan dalam membeli Produk						
1	Setelah melihat banyak yang membeli Permen Kelapa Arilla, maka Saya tertarik untuk mencobanya					
2	Saya selalu melihat informasi produk sebelum melakukan pembelian					
Indikator : Kesediaan Merekomendasikan						
1	Saya akan merekomendasikan produk Permen Kelapa Arilla kepada orang lain					
2	Permen Kelapa Arilla tersedia di berbagai warung					
Indikator : Minat berkunjung kembali						
1	Saya akan terus membeli produk permen merek Arilla					
2	Permen Kelapa Arilla memiliki kemasan yang higienis					

LAMPIRAN 2 : Tabulasi Data Validitas & Reliabilitas

Item	Keragaman Produk (X1)								TOTAL X1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	4	4	3	4	4	4	4	30
2	3	2	3	3	2	2	2	2	19
3	4	5	4	3	4	2	2	4	28
4	4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	4	5	4	4	4	2	2	4	29
6	4	4	4	4	5	4	4	4	33
7	4	4	4	4	3	4	4	4	31
8	4	4	5	4	4	4	4	4	33
9	4	4	5	4	5	4	4	5	35
10	4	4	4	3	4	4	4	4	31
11	3	4	4	3	5	5	5	4	33
12	4	4	4	3	4	4	4	4	31
13	3	2	2	3	3	2	4	2	21
14	3	4	3	3	3	3	4	3	26
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	3	4	31
17	4	4	4	4	4	4	3	4	31
18	4	4	4	4	5	5	4	4	34
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	5	4	5	4	4	4	4	35
21	4	5	4	4	4	2	2	4	29
22	4	4	5	4	5	4	4	5	35
23	4	5	3	4	4	4	4	3	31
24	4	4	3	4	4	4	3	3	29
25	5	4	5	5	5	5	4	5	38
26	3	5	4	3	4	3	5	4	31
27	5	4	3	5	4	3	3	3	30
28	5	5	4	5	5	5	4	4	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	3	4	4	3	4	4	5	4	31

Item	Kualitas Produk (X2)														
	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	TOTAL X2
1	4	4	5	4	3	5	2	1	4	3	2	4	5	4	50
2	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	2	4	5	5	58
3	4	4	4	4	3	5	2	4	4	3	3	4	5	3	52
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	51
5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	52
6	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	54
8	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	55
9	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	55
10	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	54
11	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	4	52
12	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	47
13	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	48
14	5	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	50
15	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	49
16	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	52
17	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	48
18	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	49
19	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	52
20	5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	53
21	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	4	3	40
22	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	2	40
23	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	2	3	4	2	37
24	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	38
25	5	3	3	2	2	3	2	5	2	2	2	3	3	3	40
26	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	33
27	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	34
28	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	35
29	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	35
30	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	33

Item	Keputusan Pembelian								TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	5	3	4	5	5	5	36
2	4	5	5	4	4	5	5	5	37
3	4	4	5	3	4	5	4	4	33
4	4	4	4	3	4	5	5	4	33
5	4	4	4	3	4	4	5	4	32
6	3	4	4	4	5	4	5	4	33
7	3	4	4	4	5	5	5	4	34
8	3	4	4	3	5	4	5	4	32
9	4	3	4	5	5	5	4	3	33
10	4	3	4	5	4	4	4	3	31
11	4	4	3	5	4	3	4	4	31
12	4	4	3	4	4	2	4	4	29
13	4	3	3	4	3	3	3	3	26
14	4	3	3	4	3	3	4	3	27
15	4	4	4	3	3	3	3	4	28
16	4	4	4	3	4	2	3	4	28
17	4	4	3	5	4	3	3	4	30
18	4	3	3	3	4	2	3	3	25
19	4	3	4	4	4	2	3	3	27
20	4	3	4	4	2	2	3	3	25
21	2	3	4	4	2	4	4	3	26
22	3	3	4	3	2	4	4	3	26
23	3	3	4	2	3	4	3	3	25
24	3	3	4	2	3	3	3	3	24
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	2	3	3	2	4	4	3	3	24
27	2	3	3	4	4	4	3	3	26
28	2	3	3	2	4	3	3	3	23
29	2	3	3	2	4	4	3	3	24
30	2	3	2	2	4	4	4	3	24

LAMPIRAN 3 : Hasil Analisis Data Validitas Keberagaman Produk (X₁)

		Correlations								
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	jumlah_x1
x11	Pearson Correlation	1	.423*	.317	.889**	.427*	.313	-.197	.358	.603**
	Sig. (2-tailed)		.020	.087	.000	.019	.093	.297	.052	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x12	Pearson Correlation	.423*	1	.388*	.335	.476**	.144	-.006	.491**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.020		.034	.070	.008	.449	.976	.006	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x13	Pearson Correlation	.317	.388*	1	.267	.618**	.452*	.193	.899**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.087	.034		.154	.000	.012	.307	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x14	Pearson Correlation	.889**	.335	.267	1	.405*	.352	-.112	.299	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.070	.154		.026	.057	.557	.109	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x15	Pearson Correlation	.427*	.476**	.618**	.405*	1	.609**	.334	.701**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.019	.008	.000	.026		.000	.071	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x16	Pearson Correlation	.313	.144	.452*	.352	.609**	1	.637**	.547**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.093	.449	.012	.057	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x17	Pearson Correlation	-.197	-.006	.193	-.112	.334	.637**	1	.271	.452*
	Sig. (2-tailed)	.297	.976	.307	.557	.071	.000		.148	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x18	Pearson Correlation	.358	.491**	.899**	.299	.701**	.547**	.271	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.052	.006	.000	.109	.000	.002	.148		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumlah_x1	Pearson Correlation	.603**	.570**	.750**	.593**	.839**	.786**	.452*	.835**	1

[illegible]

x21 1	Pearson	.305	.47	.16	.39	.63	.09	.40	.38	.39	.67	1	.47	.09	.33	.607*
	Correlation		0**	1	7*	2**	5	8*	4*	7*	4**		0**	5	2	*
	Sig. (2-tailed)	.101	.009	.395	.030	.000	.617	.025	.036	.030	.000		.009	.617	.073	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x21 2	Pearson	.668*	1.0	.44	.33	.47	.40	.53	.53	.33	.49	.47	1	.40	.64	.815*
	Correlation	*	00**	0*	8	3**	0*	0**	5**	8	8**	0**		0*	2**	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015	.068	.008	.029	.003	.002	.068	.005	.009		.029	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x21 3	Pearson	.369*	.40	.53	.43	.20	1.0	.11	.16	.43	.22	.09	.40	1	.37	.556*
	Correlation		0*	9**	0*	4	00*	2	1	0*	1	5	0*		0*	*
	Sig. (2-tailed)	.045	.029	.002	.018	.279	.000	.555	.396	.018	.240	.617	.029		.044	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x21 4	Pearson	.751*	.64	.53	.59	.47	.37	.71	.59	.59	.50	.33	.64	.37	1	.855*
	Correlation	*	2**	2**	6**	1**	0*	7**	4**	6**	4**	2	2**	0*		*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.001	.009	.044	.000	.001	.001	.005	.073	.000	.044		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
juml ah_ x2	Pearson	.771*	.81	.57	.67	.69	.55	.66	.66	.67	.72	.60	.81	.55	.85	1
	Correlation	*	5**	3**	7**	1**	6**	1**	1**	7**	4**	7**	5**	6**	5**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	14

LAMPIRAN 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

[illegible]

jumlah	Pearson	.527**	.823**	.649**	.470**	.537**	.571**	.808**	.823**	1
_y	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.009	.002	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

LAMPIRAN 9 : Tabulasi Angket Responden

Item	Keragaman Produk (X1)								TOTAL X1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	2	3	2	1	4	2	3	4	21
2	4	2	3	2	2	2	3	2	20
3	5	3	5	2	3	4	2	3	27
4	3	2	4	3	2	3	3	3	23
5	3	2	3	4	5	3	4	4	28
6	4	2	3	2	3	4	4	3	25
7	4	4	3	3	3	3	4	4	28
8	4	4	2	2	4	3	4	4	27
9	3	4	3	2	3	4	5	5	29
10	3	4	4	3	2	2	1	5	24
11	1	1	2	3	1	3	2	1	14
12	2	2	2	4	2	3	4	4	23
13	3	4	3	5	2	3	4	4	28
14	4	5	4	4	3	4	3	5	32
15	4	5	4	3	3	4	4	5	32
16	3	4	3	2	3	4	4	5	28
17	2	4	4	3	4	4	4	4	29
18	4	4	4	4	3	4	4	4	31
19	3	4	1	5	4	4	5	5	31
20	4	5	3	2	1	4	4	4	27
21	2	4	4	5	3	4	5	5	32
22	4	4	4	2	3	4	5	5	31
23	1	4	3	3	3	4	5	5	28
24	3	4	4	3	5	4	4	5	32
25	4	5	4	2	3	3	2	4	27
26	4	4	4	3	2	4	4	4	29
27	2	3	2	4	4	2	4	4	25
28	4	4	4	2	2	4	5	5	30
29	4	5	4	2	2	4	5	5	31
30	2	4	4	4	3	4	4	4	29
31	5	4	3	2	2	4	4	4	28
32	3	4	1	2	3	2	4	5	24
33	3	4	4	3	2	4	4	4	28
34	2	4	4	2	2	4	4	4	26
35	1	4	1	2	2	4	5	4	23
36	4	4	4	2	3	4	4	4	29
37	4	5	4	3	3	4	5	5	33

38	4	4	2	2	3	4	4	4	27
39	3	4	3	3	4	4	5	4	30
40	4	4	4	4	3	3	4	4	30
41	4	5	4	5	4	4	4	5	35
42	3	4	4	2	1	4	4	4	26
43	3	4	3	5	3	3	4	4	29
44	2	3	1	2	3	2	2	1	16
45	4	5	3	3	3	4	4	5	31
46	1	4	4	3	2	1	4	4	23
47	4	4	2	2	3	4	4	4	27
48	4	5	4	3	2	5	4	5	32
49	4	5	4	4	4	4	4	4	33
50	5	4	4	2	2	4	5	5	31
51	2	4	4	2	2	5	5	5	29
52	3	1	2	4	3	1	1	4	19
53	4	4	4	2	2	3	4	4	27
54	4	4	4	2	3	3	3	4	27
55	4	4	4	3	2	4	4	4	29
56	3	3	3	3	1	3	4	4	24
57	3	4	4	4	3	4	4	4	30
58	3	3	2	4	3	3	2	3	23
59	2	3	3	2	3	4	3	4	24
60	4	5	4	2	3	4	5	5	32
61	5	4	4	3	5	4	4	5	34
62	4	5	4	5	3	4	4	5	34
63	4	4	3	2	3	4	4	5	29
64	2	3	3	5	4	3	2	5	27
65	2	3	1	2	1	2	2	1	14
66	4	4	2	5	3	4	4	4	30
67	5	4	4	2	3	5	4	5	32
68	4	4	4	3	3	4	5	5	32
69	2	2	3	3	5	4	4	4	27
70	3	4	3	2	3	4	4	5	28
71	2	2	4	3	4	4	4	4	27
72	2	4	2	3	2	5	4	1	23
73	4	4	4	2	3	4	5	5	31
74	4	4	1	2	2	4	4	4	25
75	4	4	4	3	3	4	5	5	32
76	3	4	4	2	1	4	4	4	26
77	3	4	3	5	3	3	4	4	29
78	2	3	1	2	3	2	2	1	16

79	4	5	3	3	3	4	4	5	31
80	1	4	4	3	2	1	4	4	23
81	4	4	2	2	3	4	4	4	27
82	4	5	4	3	2	5	4	5	32
83	4	5	4	4	4	4	4	4	33
84	2	2	3	2	2	1	2	3	17
85	2	4	4	2	2	5	5	5	29
86	3	1	2	4	3	1	1	4	19
87	4	4	4	2	2	3	4	4	27
88	4	4	4	2	3	3	3	4	27
89	3	3	3	2	1	3	2	4	21
90	2	3	3	5	4	3	2	5	27
91	4	4	3	3	4	5	4	5	32
92	4	4	3	3	5	4	4	5	32
93	4	4	3	3	5	4	5	5	33
94	4	4	5	3	4	5	4	3	32
95	3	3	3	3	4	5	4	3	28
96	3	3	3	3	5	5	4	4	30
97	2	3	5	2	3	3	3	4	25
98	3	4	4	3	3	4	3	3	27
99	4	4	5	3	4	5	4	3	32
100	3	3	3	3	4	5	4	3	28
101	3	2	3	3	2	3	3	5	24
102	2	2	2	3	2	3	2	3	19
103	3	4	3	4	3	5	2	5	29
104	3	2	4	3	2	3	3	3	23
105	3	4	5	4	3	2	3	4	28
106	1	1	2	1	3	2	1	3	14
107	3	4	5	3	2	3	3	2	25
108	2	2	2	3	2	2	4	3	20
109	1	3	3	3	4	4	4	3	25
110	4	4	3	5	3	2	4	5	30
111	3	4	2	3	2	3	4	3	24
112	2	2	3	2	4	5	4	3	25
113	3	2	4	4	3	4	3	4	27
114	2	3	2	2	1	2	3	4	19
115	4	3	2	2	4	4	3	3	25
116	2	3	4	3	2	3	3	3	23
117	3	2	2	2	3	2	3	3	20
118	2	3	2	3	3	1	3	3	20
119	2	4	3	2	2	2	3	5	23

120	3	2	3	1	2	2	3	3	19
121	3	2	4	3	2	2	3	4	23
122	3	3	4	3	2	5	2	3	25
123	3	2	2	3	2	3	2	3	20
124	3	3	2	3	2	4	2	5	24
125	3	4	3	5	4	4	2	1	26
126	4	3	5	3	2	4	2	3	26
127	5	3	2	3	4	3	2	4	26
128	3	2	3	2	3	2	1	2	18
129	3	4	4	2	2	3	3	2	23
130	3	2	3	3	2	2	1	5	21
131	4	3	4	5	3	2	4	2	27
132	4	4	4	3	4	4	3	2	28
133	4	4	3	2	2	4	3	3	25
134	4	4	3	5	3	4	3	2	28
135	2	3	2	2	3	4	3	2	21
136	3	3	3	2	3	2	3	2	21
137	3	4	3	3	2	2	3	4	24
138	3	2	3	2	5	2	2	4	23
139	5	3	2	1	5	5	2	4	27
140	5	2	2	4	3	2	3	4	25
141	4	4	2	3	4	5	3	2	27
142	2	3	4	5	4	3	2	2	25
143	4	3	2	4	2	3	2	3	23
144	2	4	3	5	4	3	2	2	25
145	4	3	2	5	3	3	2	5	27
146	4	3	2	3	2	3	5	2	24
147	3	2	3	2	3	3	2	4	22
148	5	4	3	3	3	1	2	4	25
149	4	5	4	2	2	2	1	3	23
150	3	2	5	2	3	2	5	2	24
151	2	3	4	3	2	2	3	4	23
152	2	1	1	2	2	3	1	2	14
153	3	1	2	3	1	2	2	3	17
154	1	2	3	3	2	2	1	2	16
155	1	1	3	3	2	4	2	2	18
156	4	4	3	3	5	4	5	5	33
157	4	4	5	3	4	5	4	3	32

Item	Kualitas Produk (X2)														
	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	TOTAL X2
1	2	2	5	3	4	2	1	2	3	4	5	3	2	2	40
2	1	2	5	1	2	4	4	3	1	3	4	5	4	2	41
3	2	2	3	4	5	5	5	2	3	4	4	2	2	2	45
4	2	3	5	1	2	5	4	4	3	4	3	2	2	2	42
5	1	2	5	1	2	3	4	5	2	3	3	3	2	1	37
6	3	1	4	1	2	2	4	4	5	2	3	2	3	1	37
7	2	1	1	3	1	2	3	3	2	2	1	3	1	1	26
8	4	2	3	5	2	1	4	5	4	2	4	3	2	3	44
9	3	2	5	4	2	4	1	4	2	4	4	1	4	4	44
10	1	2	4	2	1	2	1	5	3	5	5	1	4	4	40
11	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	4	2	4	3	30
12	1	2	3	2	3	2	1	3	1	4	3	2	3	3	33
13	3	2	1	2	4	1	1	4	2	3	4	5	2	1	35
14	2	2	1	1	2	1	1	1	2	3	4	2	2	2	26
15	5	1	4	2	2	1	1	2	3	3	5	1	2	3	35
16	4	2	3	4	2	3	1	4	2	4	4	1	1	2	37
17	2	3	5	2	2	1	1	1	2	3	4	1	2	2	31
18	2	1	3	2	1	1	1	2	1	4	3	2	3	4	30
19	1	2	3	1	2	1	1	2	1	4	4	2	2	2	28
20	2	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	33
21	1	3	4	2	3	2	3	3	1	4	3	2	4	2	37
22	2	1	5	2	3	3	3	2	1	3	5	3	4	4	41
23	2	1	4	3	3	2	3	3	1	4	3	3	3	5	40
24	1	2	3	1	1	2	2	1	3	4	4	2	4	2	32
25	2	1	1	1	2	1	4	1	3	1	4	2	2	3	28
26	4	3	5	4	2	5	3	3	2	5	5	3	4	3	51
27	2	3	4	2	3	1	2	3	4	5	3	2	4	5	43
28	3	1	1	2	4	2	2	3	2	5	5	3	4	2	39
29	2	3	5	2	2	1	2	2	3	4	4	1	4	2	37
30	2	1	3	2	1	2	2	1	1	5	3	2	2	3	30
31	1	4	4	2	1	2	1	4	2	2	3	2	1	1	30
32	1	2	3	1	1	2	4	1	1	2	2	2	3	4	29
33	3	5	3	2	2	2	5	1	3	5	3	2	4	1	41
34	2	2	3	1	2	4	2	5	3	4	4	2	3	1	38
35	3	2	4	1	2	1	4	2	1	5	3	2	4	2	36
36	3	1	4	2	1	2	4	1	1	4	5	2	2	4	36
37	1	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	3	4	40
38	2	1	5	1	1	1	4	1	1	4	4	2	2	2	31

39	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	5	1	2	4	34
40	2	2	2	3	5	2	4	4	3	2	1	1	2	2	35
41	1	2	4	5	4	3	1	1	3	3	3	3	3	1	37
42	2	2	2	3	3	1	1	3	3	3	4	3	1	1	32
43	2	1	5	3	2	1	1	2	1	4	3	2	1	2	30
44	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	5	1	2	2	24
45	4	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	1	2	36
46	1	2	1	3	2	2	2	1	3	4	3	2	2	2	30
47	2	1	3	3	2	1	4	1	2	4	3	2	1	1	30
48	2	3	3	3	2	1	3	2	2	5	5	2	1	2	36
49	1	3	4	2	2	2	2	3	1	3	2	3	2	2	32
50	1	3	5	2	2	1	2	3	3	3	4	1	2	3	35
51	1	3	5	2	4	2	1	3	2	5	4	2	3	1	38
52	2	3	5	1	2	1	4	3	1	5	4	2	2	3	38
53	3	2	5	1	2	1	1	2	1	4	3	2	2	2	31
54	3	1	5	2	2	2	4	3	2	2	4	1	2	2	35
55	3	4	1	3	2	2	3	3	1	3	5	1	1	1	33
56	4	4	3	3	4	2	3	1	3	3	4	1	2	1	38
57	3	2	3	3	1	3	5	1	1	4	4	3	2	3	38
58	3	4	3	1	2	2	4	3	3	2	3	1	4	3	38
59	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	2	4	31
60	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	4	25
61	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	2	4	1	1	25
62	3	1	1	2	2	2	1	1	3	1	3	5	4	4	33
63	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	3	4	4	28
64	3	3	1	2	3	5	4	2	2	1	1	4	4	2	37
65	2	2	2	3	2	3	4	1	2	1	1	1	4	4	32
66	3	2	3	1	2	2	2	3	2	1	1	3	3	3	31
67	2	4	1	3	2	1	1	2	3	4	4	4	2	3	36
68	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	4	2	4	4	29
69	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	4	4	42
70	3	4	1	2	2	3	1	2	3	3	5	2	4	3	38
71	2	2	2	3	2	1	4	2	1	4	2	2	3	3	33
72	1	2	3	3	2	2	3	3	1	4	5	3	2	1	35
73	2	2	3	2	4	3	2	2	2	4	3	2	2	2	35
74	3	3	3	4	4	2	2	4	2	2	1	2	2	3	37
75	2	2	1	2	3	2	1	3	2	4	2	1	1	2	28
76	2	4	1	3	5	4	4	2	2	4	2	2	1	1	37
77	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	1	2	2	3	30
78	1	3	2	2	3	2	1	3	2	1	3	1	3	3	30
79	4	2	3	2	1	2	5	1	2	1	2	1	1	1	28

80	1	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	1	1	1	23
81	2	1	2	1	2	1	2	3	3	2	2	1	1	1	24
82	3	1	3	4	3	2	1	4	2	1	1	4	1	1	31
83	4	3	3	2	4	5	1	2	2	1	2	4	1	1	35
84	4	3	1	3	2	4	1	3	3	1	3	1	3	3	35
85	2	3	2	4	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	28
86	1	2	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	1	1	21
87	1	3	2	2	2	4	4	4	1	1	1	3	2	1	31
88	5	4	1	2	2	3	1	2	3	1	1	1	3	3	32
89	4	5	1	1	2	2	1	1	3	4	4	2	3	3	36
90	3	4	1	1	2	1	1	2	2	4	4	2	1	1	29
91	2	4	1	3	2	2	1	2	1	3	2	3	3	2	31
92	4	4	1	2	2	1	1	1	1	3	5	2	3	2	32
93	3	4	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	35
94	4	5	3	4	3	1	3	1	2	4	5	3	2	2	42
95	2	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	38
96	4	4	3	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	33
97	1	4	1	1	2	2	1	2	3	2	2	4	4	3	32
98	3	4	1	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	33
99	4	5	3	4	3	1	3	1	2	4	5	3	2	2	42
100	2	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	38
101	1	4	4	2	1	2	1	4	2	2	3	2	1	1	30
102	1	2	3	1	1	2	4	1	1	2	2	2	3	4	29
103	3	5	3	2	2	2	5	1	3	5	3	2	4	1	41
104	2	2	3	1	2	4	2	5	3	4	4	2	3	1	38
105	3	2	4	1	2	1	4	2	1	5	3	2	4	2	36
106	3	1	4	2	1	2	4	1	1	4	5	2	2	4	36
107	1	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	3	4	40
108	2	1	5	1	1	1	4	1	1	4	4	2	2	2	31
109	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	5	1	2	4	34
110	2	2	2	3	5	2	4	4	3	2	1	1	2	2	35
111	1	2	4	5	4	3	1	1	3	3	3	3	3	1	37
112	2	2	2	3	3	1	1	3	3	3	4	3	1	1	32
113	2	1	5	3	2	1	1	2	1	4	3	2	1	2	30
114	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	5	1	2	2	24
115	4	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	1	2	36
116	1	2	1	3	2	2	2	1	3	4	3	2	2	2	30
117	2	1	3	3	2	1	4	1	2	4	3	2	1	1	30
118	2	3	3	3	2	1	3	2	2	5	5	2	1	2	36
119	1	3	4	2	2	2	2	3	1	3	2	3	2	2	32
120	1	3	5	2	2	1	2	3	3	3	4	1	2	3	35

121	1	3	5	2	4	2	1	3	2	5	4	2	3	1	38
122	2	3	5	1	2	1	4	3	1	5	4	2	2	3	38
123	3	2	5	1	2	1	1	2	1	4	3	2	2	2	31
124	3	1	5	2	2	2	4	3	2	2	4	1	2	2	35
125	3	4	1	3	2	2	3	3	1	3	5	1	1	1	33
126	4	4	3	3	4	2	3	1	3	3	4	1	2	1	38
127	3	2	3	3	1	3	5	1	1	4	4	3	2	3	38
128	3	4	3	1	2	2	4	3	3	2	3	1	4	3	38
129	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	2	4	31
130	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	4	25
131	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	2	4	1	1	25
132	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	4	4	42
133	3	4	1	2	2	3	1	2	3	3	5	2	4	3	38
134	2	2	2	3	2	1	4	2	1	4	2	2	3	3	33
135	1	2	3	3	2	2	3	3	1	4	5	3	2	1	35
136	2	2	3	2	4	3	2	2	2	4	3	2	2	2	35
137	3	3	3	4	4	2	2	4	2	2	1	2	2	3	37
138	2	2	1	2	3	2	1	3	2	4	2	1	1	2	28
139	2	4	1	3	5	4	4	2	2	4	2	2	1	1	37
140	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	1	2	2	3	30
141	1	3	2	2	3	2	1	3	2	1	3	1	3	3	30
142	4	2	3	2	1	2	5	1	2	1	2	1	1	1	28
143	1	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	1	1	1	23
144	2	1	2	1	2	1	2	3	3	2	2	1	1	1	24
145	3	1	3	4	3	2	1	4	2	1	1	4	1	1	31
146	4	3	3	2	4	5	1	2	2	1	2	4	1	1	35
147	4	3	1	3	2	4	1	3	3	1	3	1	3	3	35
148	2	3	2	4	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	28
149	1	2	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	1	1	21
150	1	3	2	2	2	4	4	4	1	1	1	3	2	1	31
151	5	4	1	2	2	3	1	2	3	1	1	1	3	3	32
152	4	5	1	1	2	2	1	1	3	4	4	2	3	3	36
153	3	4	1	1	2	1	1	2	2	4	4	2	1	1	29
154	2	4	1	3	2	2	1	2	1	3	2	3	3	2	31
155	4	4	1	2	2	1	1	1	1	3	5	2	3	2	32
156	3	4	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	35
157	4	5	3	4	3	1	3	1	2	4	5	3	2	2	42

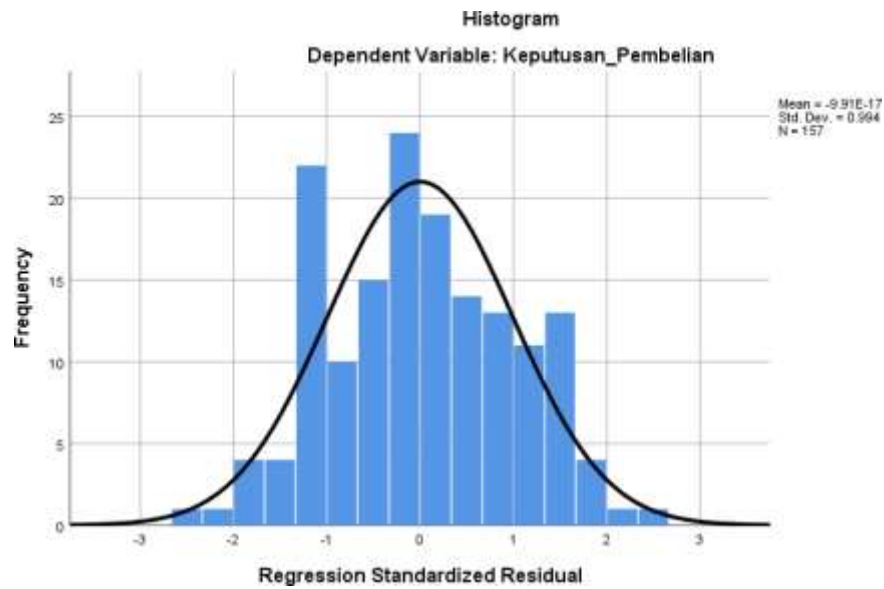
Item	Keputusan Pembelian								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL Y
1	5	4	3	5	3	5	3	2	30
2	3	5	3	5	3	5	4	2	30
3	4	4	3	5	5	3	5	3	32
4	3	4	4	5	5	5	2	1	29
5	5	4	3	4	3	5	5	3	32
6	4	5	4	2	3	5	5	3	31
7	4	4	3	2	3	5	3	5	29
8	3	5	5	4	4	5	5	4	35
9	3	4	5	3	3	4	5	2	29
10	3	3	2	5	4	2	4	2	25
11	1	2	3	4	3	2	1	1	17
12	4	2	3	5	5	4	3	2	28
13	4	5	4	2	5	3	5	3	31
14	5	3	4	3	2	5	4	3	29
15	4	2	5	5	3	4	3	2	28
16	3	2	5	4	3	5	3	3	28
17	4	3	2	3	4	2	1	2	21
18	4	3	3	5	4	3	1	3	26
19	5	3	3	5	5	5	4	5	35
20	4	3	4	2	5	4	3	2	27
21	4	4	3	2	2	3	5	3	26
22	3	5	2	3	3	5	3	2	26
23	4	4	3	5	3	5	3	3	30
24	2	4	5	3	4	2	3	3	26
25	3	2	4	2	3	2	4	2	22
26	5	4	5	4	2	3	5	3	31
27	3	5	3	5	3	5	4	3	31
28	4	3	3	2	5	3	3	4	27
29	4	2	5	5	4	2	1	2	25
30	5	4	4	4	5	4	5	5	36
31	3	4	3	4	3	5	4	4	30
32	5	4	1	2	3	2	1	3	21
33	4	4	5	4	5	5	5	4	36
34	3	3	3	2	4	4	3	4	26
35	3	4	5	2	3	4	4	3	28
36	2	2	4	5	1	2	3	1	20
37	3	3	3	4	5	4	3	4	29
38	4	2	4	5	3	2	3	2	25

39	3	4	2	4	5	2	4	2	26
40	5	5	3	2	4	5	4	3	31
41	3	3	4	3	3	4	2	5	27
42	4	3	3	5	4	5	5	4	33
43	5	4	4	4	2	4	3	4	30
44	1	2	4	2	3	2	2	1	17
45	3	5	5	2	4	3	4	3	29
46	4	3	3	2	3	5	2	2	24
47	3	3	3	3	4	4	5	4	29
48	5	2	5	4	4	2	2	4	28
49	2	4	2	5	5	2	3	4	27
50	3	2	3	5	3	2	1	2	21
51	3	1	5	4	3	3	3	2	24
52	5	4	4	3	5	4	3	4	32
53	2	4	3	2	2	5	4	4	26
54	4	4	3	5	3	5	5	4	33
55	4	5	4	2	5	4	5	4	33
56	4	4	4	5	4	3	5	5	34
57	3	5	4	5	3	2	5	5	32
58	4	4	4	3	3	5	5	4	32
59	5	3	2	1	4	2	1	2	20
60	4	5	2	3	4	5	3	5	31
61	4	5	1	3	4	5	3	5	30
62	3	5	3	1	4	3	3	4	26
63	4	5	4	2	3	5	2	5	30
64	2	4	1	2	5	2	3	4	23
65	5	5	2	1	3	4	2	3	25
66	4	5	2	4	3	4	3	3	28
67	4	4	2	1	2	2	4	2	21
68	3	2	1	1	3	4	3	5	22
69	4	5	2	2	3	4	3	5	28
70	3	3	2	1	2	3	4	5	23
71	3	3	1	1	3	4	4	5	24
72	4	5	4	3	4	5	2	5	32
73	4	5	1	2	2	3	5	4	26
74	3	3	3	2	4	4	5	5	29
75	2	3	1	1	4	4	3	4	22
76	4	3	1	1	3	2	2	5	21
77	3	5	2	1	3	4	3	5	26
78	4	5	2	3	3	3	1	3	24
79	4	3	3	2	2	5	4	5	28

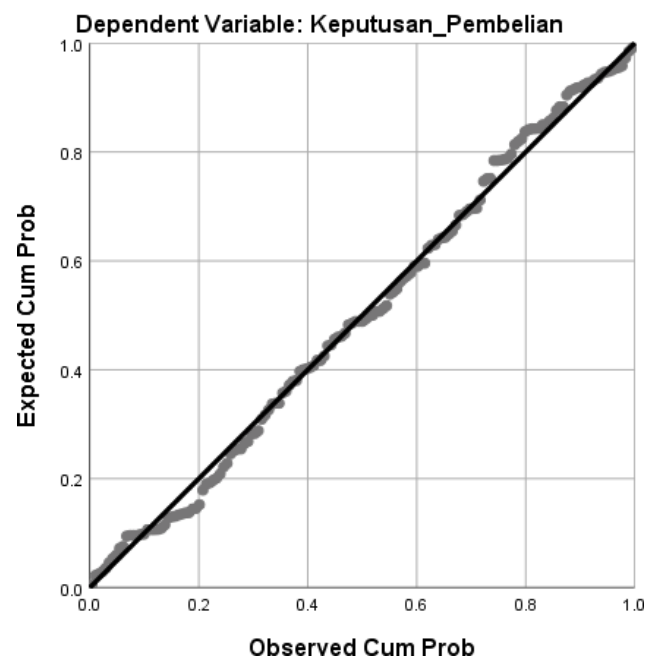
80	3	3	2	2	3	2	3	5	23
81	4	3	2	1	4	4	3	4	25
82	2	4	2	3	5	3	4	4	27
83	5	5	1	3	3	2	2	2	23
84	5	2	3	1	1	2	3	3	20
85	2	3	4	2	3	4	2	3	23
86	5	3	1	2	3	2	1	3	20
87	3	5	2	1	5	4	4	3	27
88	4	5	2	1	2	3	3	5	25
89	3	2	2	1	2	4	3	4	21
90	1	1	1	1	1	3	3	4	15
91	1	1	2	1	3	5	2	4	19
92	3	4	2	1	3	3	4	4	24
93	3	2	1	1	3	4	4	5	23
94	5	4	4	3	4	4	2	4	30
95	2	3	1	2	3	3	5	4	23
96	4	4	3	2	4	5	4	4	30
97	5	5	1	1	5	5	4	4	30
98	2	5	1	1	3	4	3	3	22
99	5	4	4	3	4	4	2	4	30
100	2	3	1	2	3	3	5	4	23
101	3	4	3	4	3	5	4	4	30
102	5	4	1	2	3	2	1	3	21
103	4	4	5	4	5	5	5	4	36
104	3	3	3	2	4	4	3	4	26
105	3	4	5	2	3	4	4	3	28
106	2	2	4	5	1	2	3	1	20
107	3	3	3	4	5	4	3	4	29
108	4	2	4	5	3	2	3	2	25
109	3	4	2	4	5	2	4	2	26
110	5	5	3	2	4	5	4	3	31
111	3	3	4	3	3	4	2	5	27
112	4	3	3	5	4	5	5	4	33
113	5	4	4	4	2	4	3	4	30
114	1	2	4	2	3	2	2	1	17
115	3	5	5	2	4	3	4	3	29
116	4	3	3	2	3	5	2	2	24
117	3	3	3	3	4	4	5	4	29
118	5	2	5	4	4	2	2	4	28
119	2	4	2	5	5	2	3	4	27
120	3	2	3	5	3	2	1	2	21

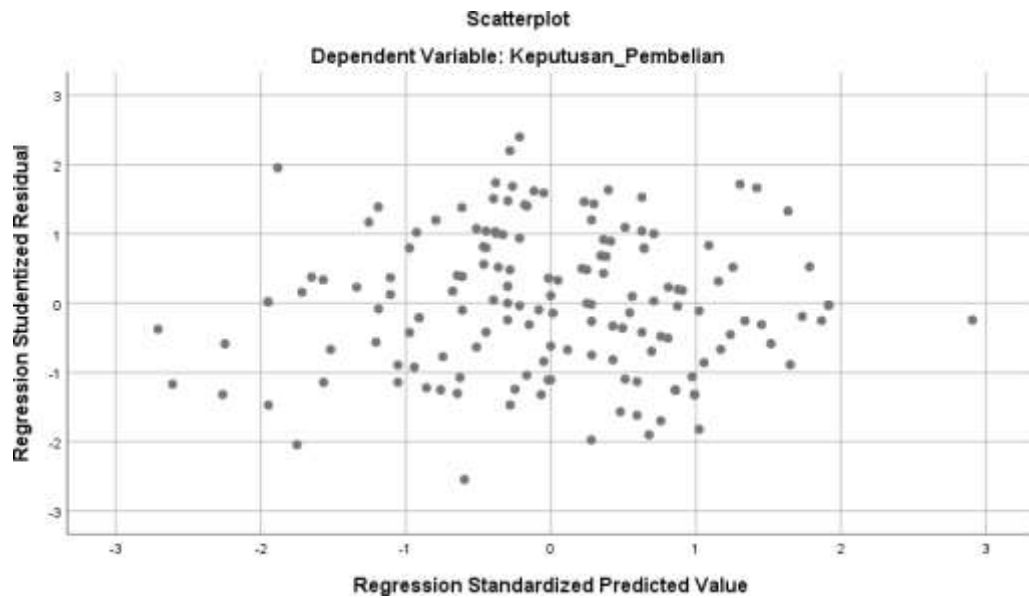
121	3	1	5	4	3	3	3	2	24
122	5	4	4	3	5	4	3	4	32
123	2	4	3	2	2	5	4	4	26
124	4	4	3	5	3	5	5	4	33
125	4	5	4	2	5	4	5	4	33
126	4	4	4	5	4	3	5	5	34
127	3	5	4	5	3	2	5	5	32
128	4	4	4	3	3	5	5	4	32
129	5	3	2	1	4	2	1	2	20
130	4	5	2	3	4	5	3	5	31
131	4	5	1	3	4	5	3	5	30
132	4	5	2	2	3	4	3	5	28
133	3	3	2	1	2	3	4	5	23
134	3	3	1	1	3	4	4	5	24
135	4	5	4	3	4	5	2	5	32
136	4	5	1	2	2	3	5	4	26
137	3	3	3	2	4	4	5	5	29
138	2	3	1	1	4	4	3	4	22
139	4	3	1	1	3	2	2	5	21
140	3	5	2	1	3	4	3	5	26
141	4	5	2	3	3	3	1	3	24
142	4	3	3	2	2	5	4	5	28
143	3	3	2	2	3	2	3	5	23
144	4	3	2	1	4	4	3	4	25
145	2	4	2	3	5	3	4	4	27
146	5	5	1	3	3	2	2	2	23
147	5	2	3	1	1	2	3	3	20
148	2	3	4	2	3	4	2	3	23
149	5	3	1	2	3	2	1	3	20
150	3	5	2	1	5	4	4	3	27
151	4	5	2	1	2	3	3	5	25
152	3	2	2	1	2	4	3	4	21
153	1	1	1	1	1	3	3	4	15
154	1	1	2	1	3	5	2	4	19
155	3	4	2	1	3	3	4	4	24
156	3	2	1	1	3	4	4	5	23
157	5	4	4	3	4	4	2	4	30

LAMPIRAN 10 : Hasil Output SPSS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.10460683
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.047
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.616	2.680		4.334	.000		
	Keragaman_Produk	.277	.064	.318	4.296	.000	.981	1.019
	Kualitas_Produk	.215	.071	.223	3.011	.003	.981	1.019

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540.533	2	270.267	15.836	.000 ^b
	Residual	2628.256	154	17.067		
	Total	3168.790	156			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Keragaman_Produk

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.160	4.13117

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERMEN KELAPA ARILLA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
4. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
7. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.

8. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan
9. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 03 Mei 2023
Penulis

Alicia
191010175

ABSTRAK

Alicia, 191010175, 2023, Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla, STIE Eka Prasetya, Program, Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 157 pelanggan. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *sampling jenuh* sehingga sebanyak 157 pelanggan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 11.616 + 0.277 Keragaman Produk + 0.215 Kualitas Produk + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 3.011 > t_{tabel} 1,97539$ dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 4.296 > t_{tabel} 1,97539$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 15.839 > F_{tabel} 3.05$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,171 berarti Keragaman Produk dan Kualitas Produk dapat menjelaskan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla sebesar 17.1% dan sisanya 82.9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti citra merek dan harga

Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Alicia, 191010175, 2023, The Influence of Product Diversity and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Arilla Coconut Candy, STIE Eka Prasetya, Program, Management Studies, Supervisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II : Lisa Elianti Nasution, S.E.,M.M.

This study aims to determine the effect of Product Diversity and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Arilla Coconut Candy. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form of numbers and numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study were 157 customers. The sampling technique used in this study was saturated sampling so that as many as 157 customers were sampled in this study.

Data analysis using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the purchasing decision equation = $11.616 + 0.277 \text{ Product Diversity} + 0.215 \text{ Product Quality} + e$. The results of the research analysis show that Product Diversity has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at Arilla Coconut Candy based on partial test results, namely $t_{count} 3.011 > t_{table} 1.97539$ and a significant value of $0.003 < 0.05$. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Arilla Coconut Candy based on partial test results, namely $t_{count} 4.296 > t_{table} 1.97539$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results showed that Product Diversity and Product Quality had a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at Arilla Coconut Candy based on simultaneous test results, namely $F_{count} 15,839 > F_{table} 3.05$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of this study are supported by the R Square value of 0.171, meaning that product diversity and product quality can explain consumer purchasing decisions for Arilla Coconut Candy by 17.1% and the remaining 82.9% is influenced by other variables outside of this study such as brand image and price.

Keywords: Product Diversity, Product Quality, Purchase Decision

MOTTO

**“Kesabaran itu ada dua macam: sabar
atas sesuatu yang tidak kau ingin dan
sabar menahan diri dari sesuatu yang kau ingini.”
(Ali bin Abi Thalib)**

**“Look, you have to make
mistakes. That’s how you learn
and that’s how the world works.”
(Naomi Campbell)**

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

TUHAN ku yang tak henti menyayangiku. Terima Kasih

Banyak...

Bapak, Ibu yang selalu bekerja keras. Terima kasih atas

Semua hal yang telah kalian korbankan dan berikan

Terima Kasih untuk saudari-saudariku yang selalu

Menyemangati...

Thankyou David atas supportnya selama ini

Thankyou karena selalu ada disaat susah maupun senang

Semoga kamu sukses, ILYSM

Specially thanks to dosen pembimbing yang telah banyak membantu

Dan selalu sabar dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan

Dengan baik...

Sahabat yang selalu berbagi curhatan dan teman-teman

Yang saling menyusahkan satu sama lain.

Terima kasih dan selamat untuk kalian semua



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 17 Oktober 2022

Nomor : 5660/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth
Bapak/Ibu Pimpinan Permen Kelapa Arilla
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Alicia
NIM	: 191010175
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Keragaman produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla

Untuk mengadakan peninjauan ke Permen Kelapa Arilla yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikompulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

PERMEN KELAPA ARILLA

JL. LADANG NO.187 MEDAN – 20145

TELP : 081952413174

Medan, 24 Oktober 2022

Nomor : ARL/22/X/008
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Melakukan Observasi

Kpd Yth,
Ketua STIE EKA PRASETYA
Di Tempat,

Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Junaidi
Jabatan : Owner

Menyatakan bahwa :

Nama : Alicia
Nim : 191010175
Keperluan : Penelitian Skripsi

Telah mendapatkan izin untuk melakukan penelitian terhadap Permen Kelapa Arilla sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Permen Kelapa Arilla”

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
ARILLA
MEDAN
Junaidi
Owner



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : ALICIA
NIM : 191010175
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Senin/ 24 Januari 2022	Derry JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Design Produk dan Brand Equity terhadap Keputusan pembelian pada Merek Elektronik (Studi Kasus pada Ponsel C. Sinar (Cahaya Surya))	191010175	
2.	Senin/ 24 Januari 2022	Kanna JUDUL PROPOSAL : Analisa Perilaku Segmen dan Harga Terhadap Cost Value Terhadap pada PT. Duta Perdana Solusi Bumi	191010189	
3.	Selasa/ 25 Januari 2022	SeSe JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Perilaku Segmen dan Solusi dalam terhadap Volume Penjualan C. Marmur Auto System	191010161	
4.	Selasa/ 26 Januari 2022	Jeffry JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Produk terhadap Persepsi Persepsi di C. Jutech Grogem	191010172	
5.	Selasa/ 26 Januari 2022	Denny Bisyah JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Perilaku Segmen Customer Terhadap Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Surya Eka Prasetya	191010166	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Seti Rizki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : ALCIA

NIM : 191010175

Kelas :

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 085761908399 Email:

Alamat Tinggal:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Pertiwi, S.Pd, M.Pd

Nama Dosen Pembimbing 2:

Lia Elanti Nasution SE, M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	23/9-22	Penerimaan Pemasukan (diskusi)	
2	5/10-22	Penerimaan Judul (meeting online)	
3	7/10-22	Acc Judul	
4	8/2-23	Bab I, tambahan foto-foto di deskripsi masalah	
5	-	Bab III, tambahan pengertian tentang penelitian.	
6	10-2-23	Acc Sampul	
7	08/5-23	Revisi Impresi Manajerial	
8	08/5-23	Acc Sidang	
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : ALICHA

NIM : 191010715

Kelas :

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0857-61908399 Email:

Alamat Tinggal: JL. LADANG LK II NO. 107

Nama Dosen Pembimbing 1:
Dr. Sri Perti, SE., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Lisa Elvanti Nabatun, SE., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	17-11-2022	REVISI BAB I. DATA PENDAHULUAN (Y, X_1, X_2). REVISI BAB II. TEORI	
2		UTAMA VARIABEL DAN INDIKATOR (Y, X_1, X_2) REVISI BAB III	
3		(PERBAHARUI TEORI DAN BUKTI PRINTOUT)	
4	15-12-2022	REVISI BAB I (TEMPLATE), REVISI BAB II (TEORI)	
5	16-12-2022	REVISI BAB I (LAYOUT), REVISI BAB II (GANTI	
6		TEORI DAN LAYOUT), REVISI BAB III (BUKTI BUKU)	
7		Revisi bab I, identifikasi masalah	
8		Revisi indikator	
9		Revisi layout	
10	10/2-23	Acc sampul	
11	17/4-23	Revisi ~~Empiran~~ Manajemen Kuesioner	
12	18/4-23	Revisi / Belajar memahami Indikator Kuesioner	
13	29/4-23	Revisi penggunaan Bahasa Kuesioner, Acc Kuesioner	
14	18/4-23	Revisi Bab 4 dan 5	
15	3/5-23	Revisi penggunaan kalimat/peta di bab 4	
16	3/5-23	Revisi Layout bab 4 dan 5	
17	4/5-23	Acc sidang.	

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perhaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alicia

Nim 191010175

Tempat & Tanggal Lahir : Medan, 07 November 2001

No. Hp 085761908399

Agama : Buddha

Email : Alicialiu56@gmail.com

Status : Belum Menikah

Jenis Kelamin : Perempuan

Latar Belakang Pendidikan : 1. 2007 – 2013 SD NEGERI 064032
2. 2013 – 2016 SMP NEGERI 34 MEDAN
3. 2016 – 2019 SMA DWASTA SINGOSARI
4. 2019 – Sekarang STIE Eka Prasetya

Nama Ayah : Hotman

Nama Ibu : Sutini

Alamat Orang Tua : Jalan Ladang No. 187 LK II Medan