
**PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
FILBERT FILMORE
181010071**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK

Nama : Filbert Filmore

NIM : 181010071

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasctya

Medan, 28 April 2023

Disetujui Oleh

Tim Pembimbing

Pembimbing I



Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN: 0117126501

Pembimbing II



Bambang Sutêjo, S.E., M.M.
NIDN: 0104127801

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK

Nama : Filbert Filmore

NIM : 181010071

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 28 April 2023
Dewan Penguji,

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



Penguji II : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. (Hes)
NIDN : 0112027303

STIE Eka Prasetya,
Ketua



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

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

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah hasil pekerjaan saya. Apabila saya menggunakan atau mengutip hasil pekerjaan orang lain untuk Tugas Akhir saya, maka saya mengindikasikan hal tersebut secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Apabila saya melanggar maka saya bersedia mendapat sanksi plagiarisme sesuai prosedur yang ditetapkan di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Filbert Filmore
NIM	181010071
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Dra. Pesta Gultom, M.M.
Pembimbing - II	Bambang Sutejo, S.E., M.M.

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

Medan, 15 Mei 2023


METERAN
TEMPIL
STIA4CAKX405436315
Filbert Filmore
181010071

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK”** sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Banyaknya bimbingan dan ilmu yang sangat berharga yang penulis terima dari awal perkuliahan hingga saat ini di STIE Eka Prasetya, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd, M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Dra. Pesta, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis hingga selesainya penyusunan proposal skripsi ini.
5. Bapak Bambang Sutejo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya proposal skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M..
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.

9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Prasetya Medan.
11. 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 kata sempurna. Penulis sangat berharap adanya kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi yang telah penulis kerjakan dapat memberi manfaat kepada pembaca. Terima kasih.

Medan, 15 Mei 2023

Penulis



Filbert Filmore

181010071

ABSTRAK

Filbert Filmore, 181010071, 2023, Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dra. Pesta Gultom, M.M., Pembimbing II: Bambang Sutejo, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian dengan jumlah yang tidak diketahui. Jumlah sampel adalah 160 konsumen dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* menggunakan jenis *sampling insidental*. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan persamaan **Keputusan Pembelian = 13,444 - 0,116 Harga + 0,309 Keragaman Produk + 0,525 Kualitas Pelayanan + e**.

Hasil penelitian menunjukkan Harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $-1,993 > 1,9753$ serta dengan tingkat signifikan $0,048 < 0,05$. Keragaman Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $9,266 > 1,9753$ serta dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $9,797 > 1,9753$, serta dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik, dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $58,391 > 2,66$ serta dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Besarnya *adjusted R Square* adalah 0,520 atau 52% yang artinya Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik sebesar 52% dan sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, suasana toko, lokasi, perilaku konsumen, dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Filbert Filmore, 181010071, 2023, The Effect of Price, Product Diversity, and Services Quality on Purchasing Decision in Usaha Teknik, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dra. Pesta Gultom, M.M., Advisor II: Bambang Sutejo, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Price, Product Diversity, and Services Quality either partially or simultaneously on Purchasing Decision in Usaha Teknik.

*This research uses descriptive and quantitative methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the research were all consumers that do purchase with unknown total. A total sample was 160 consumers with a tolerable error rate of 5%. The sampling technique with nonprobability sampling uses the type of sampling insidental. Data were analyzed using the multiple linear regression analysis method which resulted in the Equation of **Purchasing Decision = 13.444 – 0.116 Price + 0.309 Product Diversity + 0.525 Services Quality + e**.*

The results showed that the Price partially had a negative and significant effect on the Decision to purchase in Usaha Teknik, with a $t_{count} > t_{table}$, which was $-1.993 > 1.9753$ and with a significant level of $0.048 < 0.05$. Product Diversity partially have positive and significant effect on the decision to purchase in Usaha Teknik, with $t_{count} > t_{table}$, namely $9.266 > 1.9753$ and with a significant level of $0.000 < 0.05$. Service quality has a positive and significant effect on the Decision to Purchase in Usaha Teknik, with $t_{count} > t_{table}$, which is $9.797 > 1.9753$, and with a significant level of $0.000 < 0.05$. Based on the results of simultaneous hypothesis testing, it is known that the results of the -F test show that the Price, Product Diversity, and Service Quality variables simultaneously affect the Decision to Purchase in Usaha Teknik, with $F_{count} > F_{table}$, namely $58.391 > 2.66$ and with a significant value of $0.000 < 0.05$.

The amount of adjusted R Square is 0.520 or 52%, which means that the Price, Product Diversity, and service quality affect the decision to purchase in Usaha Teknik by 52% and the remaining 48% is influenced by other factors not examined in this study, such as quality of product, store atmosphere, location, consumer behavior, and consumer satisfaction.

Keywords: Price, Product Diversity, Services Quality, Purchasing Decision.

MOTTO

**“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai
untuk menjadi hebat.”**

(Zig Ziglar)

“Ketahuilah anda bisa memulai kembali setiap pagi.”

(Tyler Joseph)

“Gagal yang sesungguhnya adalah berhenti untuk mencoba.”

(Filbert Filmore)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya dalam hidupku. Terima kasih banyak ya, Tuhan...

Orang tua, nafas hidupku, yang tidak pernah jemu mendukung dan memotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

Teman-teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi, terima kasih karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama – sama.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

HALAMAN PERSEMBAHAN.....x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL.....xvi

DAFTAR GAMBAR..... xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang... 1

1.2 Identifikasi Masalah... 6

1.3 Batasan Masalah... 7

1.4 Rumusan Masalah... 8

1.5 Tujuan Penelitian... 8

1.6 Manfaat Penelitian... 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori	10
2.1.1	Teori Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.3	Indikator Keputusan Pembelian.	12
2.1.2	Teori Harga.....	13
2.1.2.1	Pengertian Harga.....	13
2.1.2.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga	15
2.1.2.3	Indikator Harga	16
2.1.3	Teori Keragaman Produk.....	17
2.1.3.1	Pengertian Keragaman Produk.....	17
2.1.3.2	Ciri – Ciri Keragaman Produk... ..	18
2.1.3.3	Indikator Keragaman Produk... ..	19
2.1.4	Teori Kualitas Pelayanan... ..	20
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan... ..	20
2.1.4.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.	21
2.1.4.3	Indikator Kualitas Pelayanan... ..	22
2.2	Penelitian Terdahulu... ..	23
2.3	Kerangka Pemikiran... ..	26
2.4	Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian...	28
3.1.1	Lokasi Penelitian...	28
3.1.2	Waktu Penelitian.....	28
3.2	Jenis Data dan Sumber Data Penelitian.	28
3.2.1	Jenis Data.....	28
3.2.2	Sumber Data	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel	30
3.4	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6	Teknik Analisa Data	33
3.6.1	Uji Validitas.....	33
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.	34
3.6.3.1	Uji Multikolinearitas	34
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.6.3.3	Uji Normalitas.....	35
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.6.5	Pengujian Hipotesis	37
3.6.6.1	Uji t (Uji Parsial)...	37
3.6.6.2	Uji F (Uji Simultan)...	38

3.6.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)...	38
-------	--	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Usaha Teknik... ..	39
4.1.2	Visi dan Misi Usaha Teknik... ..	40
4.1.3	Struktur Organisasi Usaha Teknik... ..	40
4.2	Hasil Penelitian... ..	42
4.2.1	Karakteristik Responden.....	42
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.2.2.1	Uji Validitas.....	46
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	50
4.2.3	Uji Asumsi Klasik... ..	51
4.2.3.1	Uji Normalitas	51
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	54
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	55
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.2.5	Pengujian Hipotesis	58
4.2.5.1	Uji t (Uji Parsial)... ..	58
4.2.5.2	Uji F (Uji Simultan)... ..	62
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)... ..	64
4.3	Pembahasan... ..	64
4.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian... ..	65
4.3.2	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan	

	Pembelian... ..	65
4.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.	66
4.3.4	Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	67

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

AKADEMIS

5.1	Kesimpulan... ..	69
5.2	Implikasi Manajerial	70
5.3	Saran Akademis	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN IZIN RISET

FOTOCOPY BERWARNA KARTU PESERTA SEMPRO

FOTOCOPY BERWARNA KARTU BIMBINGAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Usaha Perindustrian di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan	2
Tabel 1.2	Data Hasil Penjualan Usaha Teknik Periode Tahun 2017 – 2021	3
Tabel 1.3	Perbandingan Harga... ..	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X₂)... ..	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)... ..	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	54

Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda... ..	57
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)... ..	60
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Simultan (Uji – F).....	63
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Usaha Teknik	41
Gambar 4.2	Grafik Histogram... ..	52
Gambar 4.3	Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	53
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Keragaman Produk (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keragaman Produk (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X_3)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_3)**
- Lampiran 9 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 10 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 11 Tabulasi Kuesioner Responden**
- Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 13 Hasil Uji Multikolinearitas**
- Lampiran 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas**
- Lampiran 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**
- Lampiran 16 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)**
- Lampiran 17 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)**
- Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**
- Lampiran 19 Tabel t dan r**
- Lampiran 20 Tabel F**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan zaman, dunia industri sudah berkembang dengan begitu pesatnya sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang juga semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Setiap pelaku usaha harus mampu bersaing satu sama lain untuk mendapatkan pelanggan sebanyak – banyaknya. Strategi yang baik dalam menjalankan bisnis agar bisnis berjalan secara efektif dan efisien sangat dibutuhkan dalam persaingan yang semakin kompetitif ini. Setiap pelaku usaha dituntut harus bisa memahami perilaku konsumen.

Adapun salah satu ciri khas perilaku konsumen saat ini adalah ingin mendapatkan nilai lebih tetapi pengorbanan yang dikeluarkan tidak sebesar dengan nilai yang didapat. Maka untuk menyiasati hal tersebut, pemilik usaha bisa menciptakan strategi dengan menyediakan atau menjual barang berkualitas tinggi tetapi dengan harga yang tidak terlalu tinggi dan menciptakan keunggulan lainnya yang bisa dirasakan oleh konsumen, seperti keunggulan dalam hal persediaan produk yang bervariasi, serta selalu berusaha memberikan pengalaman berbelanja konsumen yang bersifat positif dengan memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen, sudah pastinya usaha tersebut menarik perhatian konsumen untuk selalu membeli produk di tempat usaha tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti, cukup banyak usaha penjualan produk perindustrian yang beroperasi di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan. Hal ini tentu

saja membuat konsumen akan dihadapkan dengan sejumlah pilihan alternatif jika ingin membeli produk perindustrian. Berikut adalah data daftar usaha penjualan produk perindustrian yang beroperasi di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan.

Tabel 1.1
Daftar Usaha Perindustrian di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Usaha Teknik	Jl. Cirebon No. 56 B
2.	Toko Subur	Jl. Pusat Pasar No. 15 P
3.	Subur Teknologi	Jl. Bandung No. 31 G
4.	Setia Budi Lestari UD	Jl. Surakarta No. 47
5.	Solarmate	Jl. Bandung No. 40
6.	Oriental Machine	Jl. Sutomo No. 35 P
7.	SIP Engineering Products	Jl. Surakarta No. 42

Sumber: Observasi Lapangan, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat terdapat cukup banyak usaha penjualan produk perindustrian di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan yang bisa menjadi pilihan alternatif konsumen untuk membeli. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha harus bisa bersaing satu sama lainnya dengan menciptakan berbagai strategi untuk menarik perhatian konsumen melakukan pembelian di tempat usahanya tersebut. Salah satunya adalah Usaha Teknik.

Usaha Teknik adalah salah satu usaha yang menjual berbagai produk untuk keperluan teknik perindustrian dan perbengkelan. Usaha Teknik berlokasi di Kelurahan Pusat Pasar, Kota Medan. Usaha Teknik diketahui mulai beroperasi sejak tahun 1997 dan berkembang sampai saat ini. Usaha yang telah lama beroperasi ini menunjukkan bahwa pemilik usaha terampil dalam menyusun strategi penjualan sehingga tidak terjadi kebangkrutan. Berdasarkan observasi peneliti, diketahui tingkat penjualan di Usaha Teknik mengalami peningkatan yang cukup pesat selama lima tahun terakhir ini. Berikut peneliti lampirkan data hasil

penjualan dari Usaha Teknik periode tahun 2017 – 2021.

Tabel 1.2
Data Hasil Penjualan Usaha Teknik Periode Tahun 2017 – 2021

Tahun	Hasil Penjualan
2017	Rp 512.308.000
2018	Rp 535.933.000
2019	Rp 562.411.000
2020	Rp 579.741.000
2021	Rp 580.700.000

Sumber: Usaha Teknik, 2022

Berdasarkan data hasil penjualan di atas, dapat dilihat bahwa hasil penjualan dari tahun 2017 sampai tahun 2021 selalu meningkat. Dimana pada tahun 2017 hasil penjualan adalah sebesar Rp 512.308.000, Rp 535.933.000 pada tahun 2018, Rp 562.411.000 pada tahun 2019, Rp 579.741.000 pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 adalah sebesar Rp 580.700.000. Dapat diduga tingginya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk di Usaha Teknik dapat disebabkan oleh Harga.

Menurut Kambolong, dkk (2021:13), menjelaskan bahwa harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri – ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga seringkali menjadi tolak ukur bagi konsumen sebelum melakukan membeli, biasanya konsumen melakukan pembelian jika harga dari produk terjangkau dan memberi manfaat yang lebih kepada konsumen. Maka dari itu pelaku usaha harus menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen. Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan pesaing, di mana harga tidak boleh lebih mahal dari pesaing karena bisa menyebabkan konsumen akan beralih ke bisnis pesaing. Berikut dilampirkan data perbandingan

harga penjualan dari produk Usaha Teknik dengan pesaing yang buka di sekitar Usaha Teknik dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga

Nama Usaha	Harga		
	Timah Locis	Packing Karet	Brush Pipa
Usaha Teknik	Rp 60.000	Rp 70.000	Rp 48.000
Toko Subur	Rp 72.000	Rp 73.000	Rp 53.000
Subur Teknologi	Rp 69.000	Rp 72.000	Rp 52.000
Setia Budi Lestari UD	Rp 67.000	Rp 77.000	Rp 57.000
Solarmate	Rp 62.000	Rp 78.000	Rp 56.000
Oriental Machine	Rp 67.000	Rp 72.000	Rp 52.000
SIP Engineering Products	Rp 70.000	Rp 73.000	Rp 53.000

Sumber: Observasi Lapangan, 2022

Peneliti mengambil tiga contoh produk perindustrian yang dapat ditemukan di pesaingnya. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa harga produk yang ditetapkan oleh Usaha Teknik lebih murah secara keseluruhan dibandingkan dengan pesaingnya, dengan harga produk timah locis yaitu Rp 60.000, harga packing karet yaitu Rp 70.000, dan brush pipa yaitu Rp 48.000. Kebijakan harga yang lebih terjangkau bertujuan untuk menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan, karena dengan adanya kepuasan dalam diri pelanggan akan membuat pelanggan terus melakukan pembelian ulang dan bahkan akan merekomendasikan ke orang lain.

Selain Harga, hal lain yang diduga menjadi pemicu tingginya keputusan pembelian konsumen adalah faktor Keragaman Produk di Usaha Teknik. Menurut Arman (2022:66), menjelaskan bahwa keragaman produk atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk yang dijual seringkali juga menjadi hal utama yang

dilihat konsumen sebelum melakukan pembelian. Maka dari itu pemilik dari Usaha Teknik harus bisa menyediakan produk yang beragam, lengkap, dan memperhatikan *stock* barang untuk menghindari terjadinya barang habis ketika konsumen ingin membeli barang tersebut.

Suatu toko yang menyediakan barang yang tidak beragam dan tidak lengkap menghilangkan minat beli dalam diri konsumen, konsumen menjadi malas untuk berbelanja di toko tersebut karena harus menghabiskan waktu dan tenaga untuk membeli lagi di toko lain atas barang yang tidak dijumpai di toko tersebut. Adapun barang – barang yang dijual di Usaha Teknik tergolong beragam dan lengkap. Hal inilah yang membuat konsumen betah untuk berbelanja di Usaha Teknik, karena barang yang dijual lengkap dan disediakan dalam jumlah yang banyak sehingga konsumen tidak perlu lagi ke toko lain untuk berbelanja karena cukup mengunjungi Usaha Teknik, semua barang perindustrian yang dikehendaki dapat terpenuhi.

Selain Harga dan Keragaman Produk, hal lain yang diduga juga menjadi pemicu tingginya keputusan pembelian konsumen adalah faktor Kualitas Pelayanan. Menurut Adhari (2021:17), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan, yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelayanan yang didapat tersebut. Berdasarkan pengamatan peneliti, kualitas pelayanan dari Usaha Teknik tergolong baik karena pemilik usaha yang selalu berusaha memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi konsumen. Hal ini diketahui dari pemilik usaha yang bersedia mengantarkan barang pesanan konsumen baik dalam jumlah banyak maupun

sedikit ke tempat tujuan yang dikehendaki konsumen, cekatan dalam menanggapi permintaan konsumen sehingga barang cepat sampai ke tempat tujuan, serta kesesuaian barang yang dipesan pelanggan dengan barang yang sampai ke pelanggan.

Dengan segala kelebihan Usaha Teknik seperti penetapan harga produk yang lebih terjangkau, produk yang dijual bervariasi, serta baiknya kualitas pelayanan diharapkan dapat memberikan efek terhadap semakin meningkatnya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk di Usaha Teknik. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian di Usaha Teknik dengan judul **“PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Harga produk yang dijual di Usaha Teknik lebih murah dibandingkan dengan pesaing yang juga beroperasi di sekitar Usaha Teknik. Harga produk yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian di Usaha Teknik serta menarik perhatian pelanggan dari kompetitor untuk beralih melakukan pembelian di Usaha Teknik. Namun, terdapat juga beberapa konsumen yang merasa kecewa setelah melakukan pembelian produk di

Usaha Teknik karena terdapat beberapa produk yang kualitasnya kurang bagus sehingga beralih ke produk kompetitor.

2. Barang – barang yang dijual di Usaha Teknik tergolong beragam dan lengkap. Hal inilah yang membuat pelanggan betah untuk belanja di Usaha Teknik, karena barang yang dijual lengkap dan disediakan dalam jumlah yang banyak. Namun, meskipun produk yang dijual beragam, lengkap, dan disediakan dalam jumlah banyak terkadang pelanggan juga tidak bisa mendapatkan produk dengan merek yang dikehendaki di Usaha Teknik. Akibatnya, pelanggan tersebut melakukan pembelian di toko lain yang menyediakan produk dengan merek yang dicari pelanggan.
3. Kualitas pelayanan dari Usaha Teknik dikatakan baik karena pemilik usaha yang selalu berusaha memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan, seperti bersedia mengantarkan barang pesanan baik dalam jumlah banyak maupun sedikit ke tujuan yang dikehendaki pelanggan. Namun, dalam usaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, pemesanan barang dari pelanggan cukup sering tidak diantar oleh karyawan Usaha Teknik ke tempat pelanggan, dan hal ini tentu saja akan membuat pelanggan kecewa sehingga beralih ke usaha lain.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian dengan Harga (X_1), Keragaman Produk (X_2),

dan Kualitas Pelayanan (X_3) sebagai variabel bebas serta Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik?
2. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik?
4. Apakah Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik?

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dijelaskan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
2. Untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu:

1. Bagi Pemilik Usaha Teknik

Dapat menjadi pedoman penilaian dari pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dari konsumen sehingga di masa yang akan datang pemilik Usaha Teknik bisa membuat kebijakan yang lebih baik lagi agar usaha yang dirintis bisa semakin sukses kedepannya.

2. Bagi Akademisi

Manfaat secara akademis adalah dapat dijadikan sebagai bahan studi kepustakaan yang dapat dijadikan acuan bagi peneliti kedepannya yang mengkaji hal yang sama dengan peneliti saat ini serta sebagai sumber untuk memperkaya penulisan karya ilmiah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari kegiatan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian erat kaitannya dengan kegiatan individu dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Wangsa, dkk (2019:11), menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses seorang konsumen dalam mengelola pengetahuan dan informasi mengenai suatu produk serta melakukan pemilihan atau menentukan pembelian produk yang paling disukai untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan,

Menurut Indrasari (2019:70), menuturkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Kholidah dan Arifiyanto (2020:21), menuturkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawaban atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada.

Menurut Warsito, dkk (2022:3), menuturkan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen telah memiliki pilihan dan telah siap melakukan pembelian.

Menurut Gunawan, dkk (2022:8), menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, dan juga merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.

Berdasarkan keseluruhan pemaparan para ahli, disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah aktivitas yang dilakukan konsumen untuk membeli barang dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen tersebut, di mana konsumen akan membeli barang yang dianggapnya paling baik dari seluruh pilihan alternatif yang ada.

2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak terlepas dari kepuasan konsumen.

Menurut Sawlani (2021:20), konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu:

1. Faktor Budaya

Kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari menerima informasi,

posisi sosial dalam masyarakat, dan pengetahuan tentang apa yang dirasakan.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial yaitu sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.

3. Faktor Pribadi

Pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan.

4. Faktor Psikologis

Cara yang digunakan untuk mengenali perasaan, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat juga mengambil tindakan.

2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian terjadi pada diri konsumen saat yang bersangkutan memerlukan produk atau jasa layanan tertentu. Keputusan pembelian juga dilakukan saat proses evaluasi alternatif selesai dilakukan. Pada saat proses evaluasi selesai, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang paling sesuai dengan konsumen tersebut.

Menurut Wangsa, dkk (2019:13), menguraikan bahwa indikator keputusan pembelian terdiri dari:

1. Kemantapan pada Sebuah Produk

Pelanggan tersebut benar – benar yakin dan mantap untuk membeli produk

yang diinginkan.

2. Kebiasaan Dalam Membeli Produk

Perilaku membeli konsumen pada sebuah produk atau kebiasaan konsumen untuk membeli produk yang sama, karena produk tersebut sesuai keinginan.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Wujud kepuasan pada produk yang telah dibeli, dengan kepuasan tersebut pelanggan mau dan berkeinginan untuk merekomendasikan produk yang telah dibeli tersebut kepada orang – orang terdekat.

4. Minat Berkunjung Kembali

Kesiediaan konsumen untuk membeli ulang produk tersebut karena konsumen merasa puas dengan apa yang telah didapatkan dan sesuai dengan keinginannya.

2.1.2 Teori Harga

2.1.2.1 Pengertian Harga

Dalam proses jual beli, harga menjadi salah satu bagian terpenting serta menjadi ukuran bagi konsumen ketika mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu terbaik maka harga tersebut mahal sebaliknya bila kualitas barang biasa saja maka harga tidak terlalu mahal.

Menurut Kambolong, dkk (2021:13), menjelaskan bahwa harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri – ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Sedangkan,

Menurut Darmis (2021:9), menuturkan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Menurut Indrasari (2019:38), menjelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak.

Menurut Asiani (2020:51), menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar – menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Menurut Arianto (2022:84), menyatakan bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan keseluruhan pemaparan para ahli, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat pengorbanan dalam transaksi jual beli untuk mendapatkan barang dan jasa yang dikehendaki dalam rangka memenuhi kebutuhan.

2.1.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai efek, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan penjual tidak disukai pembeli. Bahkan pembeli bisa membuat reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual. Oleh sebab itu, penetapan harga produk sebaiknya disesuaikan dengan daya beli konsumen.

Menurut Rizal (2020:192), menguraikan berbagai faktor yang mempengaruhi harga, yaitu:

1. Biaya

Salah satu faktor yang akan menentukan harga jual terendah (minimum) yaitu harga jual yang dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan memberikan sedikit laba.

2. Permintaan

Berapa banyak orang yang menginginkan produk, seberapa mendesak kebutuhan orang tersebut, dan berapa harga yang tersedia dibayar pembeli.

3. Persaingan

Harga harus disesuaikan dengan pesaing, serta menetapkan kebijakan harga lainnya seperti potongan harga, penjualan khusus, dan layanan tambahan.

4. Pengalaman

Penetapan harga jual juga dipengaruhi harga produk di masa lalu.

5. Persepsi Pelanggan

Berhubungan erat dengan konsep nilai produk yang dijual dalam pikiran pelanggan. Jika pelanggan menganggap produk yang dijual memiliki nilai yang tinggi maka pelanggan bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk tersebut.

6. Lokasi Usaha

Penetapan harga juga dipengaruhi oleh lokasi dari usaha tersebut, misalnya harga air mineral yang dijual di café akan lebih mahal dibandingkan dengan harga air mineral di warung.

7. Tujuan Penetapan Harga

Apa yang ingin dicapai dari kebijakan penetapan harga jual akan menjadi tujuan penetapan harga jual seperti memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba, dan memperkenalkan produk baru.

2.1.2.3 Indikator Harga

Penetapan harga jual produk merupakan salah satu komponen penting dari seluruh rencana bisnis dan strategi pemasaran oleh suatu usaha atau bisnis, karena langsung berhubungan dengan pelanggan dan usaha tersebut.

Menurut Kambolong, dkk (2021:13), terdapat empat indikator untuk mengukur harga, yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Harga dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan ke konsumen.

3. Daya Saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata – rata dari pesaing.

4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mendapat manfaat setelah mengonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang dikeluarkan.

2.1.3 Teori Keragaman Produk

2.1.3.1 Pengertian Keragaman Produk

Ketertarikan konsumen akan produk yang bervariasi tentu saja akan mempengaruhi volume penjualan. Oleh sebab itu, seorang pemilik usaha yang ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasaran hendaknya harus mengerti aspek atau dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual oleh pemilik usaha tersebut dengan produk pesaing.

Menurut Arman (2022:66), menjelaskan bahwa keragaman produk atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Sedangkan,

Menurut Gunawan (2022:22), menjelaskan bahwa keragaman produk adalah keberagaman dari seluruh produk yang ditawarkan, termasuk dengan

ketersediaan produk dan kelengkapan produk pada setiap saat di toko termasuk merek, ukuran, kualitas produk, dan lain sebagainya.

Menurut Indrasari (2019:32), menuturkan bahwa keragaman produk adalah macam – macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Menurut Purba, dkk (2021:22), menuturkan bahwa keragaman produk barang dan jasa adalah keragaman dari fungsi atau manfaat barang dan jasa tersebut.

Menurut Rahmawati (2022:40), menyatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh sebab itu, pelaku usaha harus membuat keputusan tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, dengan adanya keragaman produk memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli, disimpulkan bahwa keragaman produk adalah variasi produk yang tersedia dalam suatu toko, mulai dari kelengkapan merek, kelengkapan ukuran produk, hingga tipe – tipe produk yang tersedia di toko tersebut.

2.1.3.2 Ciri – Ciri Keragaman Produk

Ketertarikan konsumen terhadap produk yang beragam sangat mempengaruhi volume penjualan dari suatu toko. Kumpulan seluruh barang atau produk yang ditawarkan penjual kepada konsumen memiliki berbagai ciri – ciri.

Menurut Indrasari (2019:31), menjelaskan ciri – ciri keragaman produk yang dihasilkan suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Lebar
Berapa banyak lini produk berbeda yang dimiliki.
2. Kedalaman
Jumlah seluruh barang pada bauran tersebut.
3. Keluasan
Berapa banyak jenis yang ditawarkan masing – masing produk pada lini tersebut.
4. Konsistensi Bauran Produk
Seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau lainnya.

2.1.3.3 Indikator Keragaman Produk

Suatu toko yang memiliki konsumen yang senang mencari variasi barang maka perlu memperpanjang lini produk. Sumber daya akan mempengaruhi kemampuan suatu toko memperpanjang lini produk. Memperpanjang berarti memerlukan tambahan sumber daya untuk mendistribusikan produk.

Menurut Arman (2022:66), menuturkan bahwa indikator keragaman produk terdiri dari:

1. Kelengkapan Produk atau Barang
Tersedianya kategori setiap produk atau barang yang lengkap.

2. **Macam Merek**

Beragamnya merek di setiap kategori produk yang dijual.

3. **Variasi Ukuran Barang**

Produk yang tersedia di suatu toko memiliki ukuran atau kemasan yang bervariasi, yaitu dari ukuran atau kemasan kecil, sedang, dan besar.

4. **Ketersediaan Produk**

Mencakup jumlah produk di setiap kategori yang harus diperhatikan, jangan sampai kehabisan *stock*.

2.1.4 Teori Kualitas Pelayanan

2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Adhari (2021:17), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan, yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelayanan yang didapat tersebut. Sedangkan,

Menurut Idrus (2021:2), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected services*).

Menurut Muah dan Masram (2021:70), menuturkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya.

Menurut Suryani (2021:25), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Ali (2022:139), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Dari keseluruhan pendapat para ahli, dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah seperangkat aktivitas pemenuhan kebutuhan konsumen dengan memberikan layanan terbaik melalui serangkaian kelebihan yang dimiliki suatu usaha tersebut.

2.1.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.

Menurut Suwitho (2022:60), menyatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu *expected service* dan *perceived service*. Artinya apabila pelayanan (jasa) yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas

pelayanan (jasa) dipersepsikan baik dan memuaskan. Akan tetapi jika pelayanan (jasa) yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan (jasa) yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan buruk. Maka, baik tidaknya kualitas pelayanan (jasa) tergantung pada penyedia pelayanan (jasa) dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Suatu usaha hendaknya selalu berfokus kepada pencapaian pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memenuhi pelanggan. Penerapan prinsip kualitas pelayanan dengan sebaik mungkin perlu dilakukan untuk menghasilkan kinerja yang optimal.

Menurut Adhari (2021:14), menguraikan indikator kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan) merupakan suatu hal yang penting dalam pelayanan.
2. Bukti langsung (*Tangibles*)
Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya alasan menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah jurnal yang diperoleh peneliti yang menjadi acuan dalam penelitian ini yang dapat dilihat dalam Tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

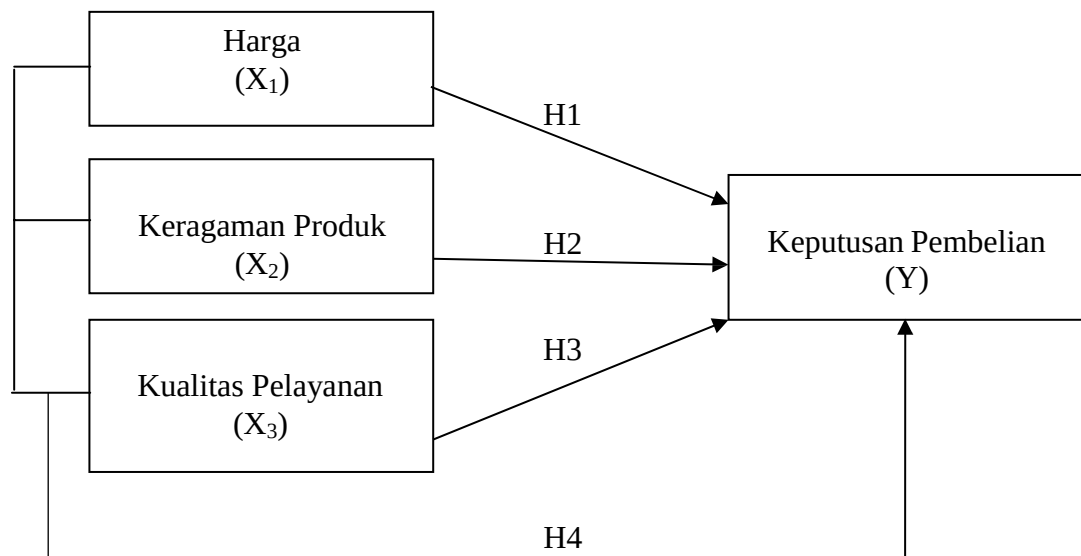
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Iffa Ainur Rozi dan Khuzaini (2021) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 10 No. 5, 2021 ISSN: 2461-0593	Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee	Variabel: Keragaman Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Promosi (X_3), dan Keputusan Pembelian (Y)	- Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial/individual terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Waru Sidoarjo			pembelian di Marketplace Shopee. - Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara harga, keragaman produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee.
2.	Dinda Dwi Marsella, M. Taufik, dan Hartono (2020) Jobman: Journal of Organization and Business Management, Vol. 2 No.4, 2020 e-ISSN: 2715-5579	Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang	Variabel: Keragaman Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Suasana Toko (X_3), Keputusan Pembelian (Y)	- Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial/individual keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang, tetapi suasana toko tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. - Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara keragaman produk, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang.
3.	Nadhifia Hibatullah dan Khuzaini (2019)	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, dan Harga terhadap	Variabel: Kualitas Pelayanan (X_1), Keberagaman Produk (X_2), Harga (X_3), dan	Hasil uji t menunjukkan bahwa setiap variabel X yang diteliti, yaitu lokasi, kualitas pelayanan, keberagaman produk, dan harga

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 8, No. 11, 2019 ISSN: 2461-0593 Surabaya	Keputusan Pembelian di TB. Rejeki Agung Surabaya	Keputusan Pembelian (Y)	secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, yaitu keputusan pembelian di TB Rejeki Agung Surabaya.
4.	Aprida Riani, Setyo Adji, dan Siti Chamidah (2019) Jurnal Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi, Vol 3, No. 1, April 2019 ISSN: 2598-7496 Ponorogo	Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo)	Variabel: Produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas Layanan (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y)	- Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial/individual terdapat pengaruh yang signifikan seluruh variabel X, yaitu produk, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen. - Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau serempak terdapat pengaruh signifikan seluruh variabel X, yaitu produk, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada toko kain kiloan Aulia Ponorogo).
5.	Sonia Yolandia (2022) Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, Volume 1, Nomor 5, Maret 2022 ISSN: 2798-6489 Tulungagung	Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian pada TB Isna Tulungagung	Variabel: Keragaman Produk (X_1), Lokasi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Keputusan Pembelian (Y)	Hasil uji t dan uji F menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan seluruh variabel X, yaitu keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada TB Isna Tulungagung.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh secara parsial variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
- H2: Terdapat pengaruh secara parsial variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
- H3: Terdapat pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

H4: Terdapat pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan atau simultan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilaksanakannya penelitian adalah di Usaha Teknik di Jl. Cirebon No. 56 – B, Pusat Pasar, Kec. Medan Kota, Kota Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan mulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juni 2023.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode kuantitatif dalam melaksanakan penelitian. Ghozali (2018:19) menyatakan penelitian deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Penelitian kuantitatif dipaparkan Sugiyono (2018:8), bahwa penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Jika dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data dapat terbagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder.

Sumber data primer dan sumber data sekunder dapat dijelaskan sebagai berikut (Sugiyono, 2018:137):

1. **Sumber primer.**

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke konsumen dan wawancara kepada pemilik usaha.

2. **Sumber sekunder.**

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dari buku pencatatan hasil penjualan serta observasi lapangan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Secara lebih rinci, Sugiyono (2018:80), menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian dengan jumlah yang tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel ditetapkan dari suatu populasi penelitian karena tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti semua yang ada dalam populasi penelitian, mengingat populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

Menurut Sugiyono (2018:81), memaparkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan sampel penelitian dengan rumus Hair. Berikut rumus Hair untuk memperoleh jumlah sampel (Iskandar, dkk, 2021:63):

Sampel minimum = Jumlah indikator $\times$ 5 = 16 $\times$ 5 = 80 responden.

Sampel maksimum = Jumlah indikator $\times$ 10 = 16 $\times$ 10 = 160 responden.

Berdasarkan hasil, jumlah sampel yang digunakan adalah sample maksimum sebanyak 160 konsumen. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *nonprobability sampling*, yang artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:136). Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental*, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019:138).

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut definisi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses seorang konsumen dalam mengelola pengetahuan dan informasi mengenai suatu produk serta melakukan pemilihan atau menentukan pembelian produk yang paling disukai untuk memenuhi kebutuhan. Sumber: Wangsa, dkk (2019:11)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kesiediaan merekomendasikan 4. Minat berkunjung kembali Sumber: Wangsa, dkk (2019:13)	Likert
Perilaku Wirausaha (X ₁)	Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri – ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Sumber: Kambolong, dkk (2021:13)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Sumber: Kambolong, dkk (2021:13)	Likert
Keragaman Produk (X ₂)	Keragaman produk atau lini produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Sumber: Arman (2022:66)	1. Kelengkapan produk atau barang 2. Macam merek 3. Variasi ukuran barang 4. Ketersediaan produk Sumber: Arman (2022:66)	Likert
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan, yang bertujuan untuk	1. Keandalan (<i>reliability</i>) 2. Bukti langsung (<i>tangibles</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>)	

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
	memenuhi kepuasan pelayanan yang didapat tersebut. Sumber: Adhari (2021:17)	 Sumber: Adhari (2021:14)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2019:213) yang juga digunakan oleh peneliti, yaitu:

1. Kuesioner.

Kuesioner yang telah dicetak diberikan ke setiap konsumen yang mengunjungi Usaha Teknik. Kuesioner berisikan pernyataan yang harus diisi oleh konsumen sesuai dengan apa yang dipikirkan konsumen.

2. Studi kepustakaan.

Dilakukan dengan pencarian data melalui buku pencatatan hasil penjualan serta melakukan pencarian informasi mengenai variabel yang diteliti serta penelitian terdahulu dengan membaca dan mengumpulkan sejumlah referensi melalui *e – book*, buku, dan jurnal.

3. Wawancara.

Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan karyawan untuk mengulas lebih dalam mengenai Usaha Teknik, yaitu mulai dari awal berdirinya sampai bisa mencapai kesuksesannya sekarang. Wawancara juga dilakukan dengan konsumen yang tidak mengerti menjawab kuesioner yang dibagikan. Jenis kuesioner adalah kuesioner yang bersifat

tertutup, yaitu berisikan pernyataan sehingga konsumen bisa langsung menjawab dengan lima pilihan jawaban yang juga telah tersedia dengan pengukuran skala *Likert*. Menurut Ghozali (2018:4), skala *Likert* atau sering disebut *summated scale* (skala yang dijumlahkan) pada dasarnya adalah ordinal. Berikut adalah pilihan jawaban dan skor dalam pengukuran skala *Likert*:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu – Ragu atau Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Ghozali (2018:5)

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui layak atau tidak layak suatu item yang digunakan, maka dilakukan uji signifikansi 0,05, yang artinya suatu item dinyatakan valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Pengujian validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen *Pearson*). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan uji 2 sisi signifikansi 0,05) maka setiap butir pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dapat diasumsikan telah dinyatakan valid (Ghozali, 2018:52).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas menggunakan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, yang artinya pengukuran dilakukan hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α), dengan kriteria disebut reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018:46).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:107), terdapat tiga uji asumsi untuk pengujian model regresi, yaitu:

1. Uji multikolinearitas
2. Uji heteroskedastisitas
3. Uji normalitas

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Peneliti menggunakan deteksi multikolinearitas menggunakan VIF

dengan ketentuan jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dinyatakan model regresi bebas dari multikolinearitas (2018:108).

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi seluruh variabel X lebih besar dari 0,05 maka model yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S). Menurut Ghozali (2018:166) Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_1 : Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan untuk deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal plot menurut Ghozali (2018:163) adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*. Pengujian analisis regresi linier berganda dalam penelitian bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas yaitu harga dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu keberhasilan usaha. Berikut adalah formula dari analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian (<i>dependent variable</i>)
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
X_1	= Harga
X_2	= Keragaman Produk
X_3	= Kualitas Pelayanan
e	= Residual/error (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah masing – masing dari variabel X berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Y.

Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$
 Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
2. $H_1: b_1, b_2, b_3 \neq 0$
 Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

Pengujian hipotesis dengan uji t menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

2. H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), menyatakan bahwa uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan untuk mengetahui seluruh pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* yang ditunjukkan dalam tabel Anova. Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana berpengaruh secara simultan atau serempak dari Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar hasil dari koefisien determinasi, maka semakin besar juga pengaruh variabel X yang dapat menjelaskan variabel Y.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Usaha Teknik

Usaha Teknik mulai beroperasi pada tahun 1997 yang berada di Jl. Cirebon No. 56 B kelurahan Pusat Pasar kota Medan. Usaha Teknik adalah salah satu usaha yang menjual berbagai produk untuk keperluan teknik perindustrian dan perbengkelan yang mulai melakukan kegiatan penjualan dari pukul 09.00 sampai 17.00 WIB.

Usaha Teknik mulanya hanya toko kecil yang memiliki persediaan produk yang masih terbatas dan juga jumlah karyawan yang hanya terdiri dari dua orang, salah satunya merupakan saudara Ibu Mery sendiri selaku pemilik usaha. Persediaan produk perindustrian dan perbengkelan yang masih terbatas jumlahnya diperoleh dari agen-agen kecil dan belum mengambil dari distributor besar karena keterbatasan biaya.

Seiring berjalannya waktu Usaha Teknik mengalami perkembangan yang pesat dan hal ini bisa dilihat dari Usaha Teknik yang sudah mempekerjakan banyak karyawan, yaitu sebanyak delapan karyawan. Bangunan yang dijadikan tempat menjalankan usaha pun bertambah luas karena kesabaran dan ketekunan Ibu Mery dalam menjalankan usaha. Kini Usaha Teknik sudah memiliki persediaan barang perindustrian dan perbengkelan yang lengkap serta dengan merek produk yang beragam. Usaha teknik memiliki pelanggan yang banyak serta banyak juga pebisnis bengkel yang melakukan pembelian produk perbengkelan di Usaha Teknik.

4.1.2 Visi dan Misi Usaha Teknik

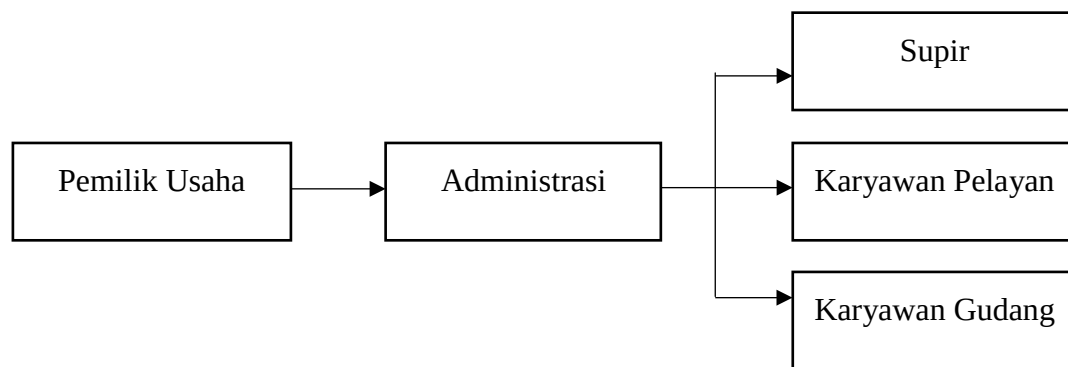
Formulasi visi sangat penting sebagai arah strategi dan pedoman melaksanakan strategi bisnis yang telah ditetapkan. Visi adalah pandangan jauh ke depan tentang ke arah mana sebuah perusahaan akan dibawa atau gambaran cita – cita apa yang ingin dicapai oleh perusahaan (Maulida, dkk, 2021:39). Adapun visi Usaha Teknik adalah menjadi usaha dagang penyedia produk yang berkualitas dengan layanan terbaik dalam memberikan solusi terpercaya dan bernilai tambah bagi pelanggan serta menjaga kualitas produk yang ditawarkan.

Misi yang baik memungkinkan untuk perumusan dan pemikiran alternatif tujuan dan strategi bisnis yang layak untuk pertumbuhan dari bisnis yang dijalankan. Misi (mission statement) adalah sebuah deklarasi tentang “alasan keberadaan” suatu organisasi (Maulida, dkk, 2021:43). Adapun yang menjadi misi Usaha Teknik adalah mengembangkan usaha dagang dan ragam produk yang berdaya guna serta menyusun dan melakukan kontrol dengan tetap fokus pada kualitas barang, pelayanan, dan komitmen.

4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Teknik

Struktur organisasi dalam suatu lingkungan bisnis merupakan komponen yang sangat penting karena menjelaskan pembagian aktivitas kerja, serta memperhatikan hubungan fungsi dan aktivitas sampai batas – batas tertentu. Struktur organisasi adalah diagram visual yang mewakili hierarki, peran, dan tanggung jawab karyawan di perusahaan (Sampe, dkk, 2023:93). Struktur organisasi pada Usaha Teknik tidak tertulis dan sangat sederhana. Berdasarkan hasil

pengamatan di tempat usaha dan wawancara dengan pemilik usaha, maka peneliti menggambarkan struktur organisasi pada Usaha Teknik dalam Gambar 4.1 berikut ini.



Sumber: Hasil Pengamatan dan Wawancara, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Usaha Teknik

Berikut tugas dari masing – masing jabatan pada struktur organisasi:

1. Pemilik usaha
Mempunyai kuasa penuh atas Usaha Teknik. Pemilik Usaha Teknik pula yang membuat aturan untuk keseluruhannya.
2. Administrasi
Membantu pemilik usaha membuat laporan keuangan dan melaksanakan tugas sesuai arahan pemilik usaha.
3. Supir
Bertugas mengantar barang.
4. Karyawan pelayan
Melayani pelanggan dan merapikan barang.

5. Karyawan gudang

Memeriksa ketersediaan barang dan mengatur keluar masuknya barang di gudang.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah penggambaran mengenai setiap unit yang akan diteliti yang meliputi ciri atau profil responden yang didapat melalui pengolahan data setelah pembagian kuesioner. Dari pembagian kuesioner diperoleh sebanyak 160 konsumen sebagai responden penelitian.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terlihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – Laki	96	60%
Perempuan	64	40%
Total	160	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa responden konsumen dengan jenis kelamin laki - laki lebih mendominasi, yaitu sebanyak 96 orang atau 60% dari jumlah seluruh responden. Sedangkan untuk konsumen dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang atau 40% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki - laki yang lebih banyak disebabkan responden laki - laki lebih selektif dalam melihat dan memilih produk perindustrian dan perbengkelan dengan kualitas yang bagus sehingga pembelian

produk lebih banyak dilakukan oleh responden dengan jenis kelamin laki - laki dibandingkan responden perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan umur terlihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di Bawah 30 Tahun	21	13,1%
31 Tahun sampai 40 Tahun	99	61,9%
41 Tahun sampai 50 Tahun	36	22,5%
Di Atas 50 Tahun	4	2,5%
Total	160	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui responden pelanggan berumur 31 tahun sampai 40 tahun yang lebih mendominasi, yaitu sebanyak 99 orang atau 61,9% dari jumlah seluruh responden. Responden pelanggan dengan umur 41 tahun sampai 50 tahun adalah sebanyak 36 orang atau 22,5%. Responden pelanggan berumur di bawah 30 tahun adalah sebanyak 21 orang atau 13,1%, dan responden pelanggan berumur di atas 50 tahun adalah sebanyak 4 orang atau 2,5%. Dapat disimpulkan banyaknya responden pelanggan berumur 31 tahun sampai 40 tahun disebabkan rentang umur tersebut adalah masa produktif dan kebanyakan pada rentang umur tersebut adalah orang yang berwirausaha sehingga pembelian produk lebih banyak dilakukan oleh konsumen pada rentang umur tersebut. Responden pelanggan terendah adalah dengan umur di atas 50 tahun karena kebanyakan pada umur tersebut adalah masa dimana orang sudah tidak terlalu produktif dan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terlihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Karyawan Swasta	45	28,1%
Pegawai Negeri Sipil	17	10,6%
Wirausaha	98	61,3%
Total	160	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan yang paling mendominasi adalah sebagai wirausaha, yaitu sebanyak 98 orang atau 61,3% dari total responden. Responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta adalah sebanyak 45 orang atau 28,1%, dan responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil adalah sebanyak 17 responden atau 10,6% dari total seluruh responden. Banyaknya responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha yang melakukan pembelian disebabkan karena kebanyakan responden tersebut adalah seorang wirausaha di bidang perbengkelan sehingga tentu saja lebih paham mengenai kualitas produk dan lebih pintar dalam hal negosiasi harga. Responden terendah adalah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil disebabkan responden tersebut hanya melakukan pembelian jika kendaraan responden tersebut bermasalah.

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan terlihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di Bawah Rp 6.000.000	14	8,8%
Rp 6.000.000 s/d Rp 10.000.000	16	10%
Rp 11.000.000 s/d Rp 20.000.000	54	33,8%
Di Atas Rp 20.000.000	76	47,5%
Total	188	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa responden konsumen dengan penghasilan yang paling mendominasi adalah yang berpenghasilan di atas Rp 20.000.000, yaitu sebanyak 76 orang atau sebesar 47,5% dari jumlah seluruh responden. Responden konsumen berpenghasilan Rp 11.000.000 s/d Rp 20.000.000 adalah 54 orang atau 33,8% dari jumlah seluruh responden. Responden konsumen berpenghasilan Rp 6.000.000 s/d Rp 10.000.000 adalah sebanyak 16 orang atau 10% dari jumlah seluruh responden, dan responden konsumen terendah adalah yang berpenghasilan di bawah Rp 6.000.000, yaitu 14 orang atau sebesar 8,8% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa dominannya responden dengan penghasilan di atas Rp 20.000.000 ini sejalan dengan pekerjaan yang ditekuni responden tersebut, yaitu sebagai wirausaha. Bisnis di bagian *sparepart* perbengkelan dan perindustrian merupakan bisnis yang menguntungkan dan menjanjikan, sehingga tidak mengherankan banyak responden wirausaha yang melakukan pembelian produk dengan penghasilan yang sudah di atas Rp 20.000.000.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Kuesioner disebut sah atau valid jika pernyataan dalam survei dapat mengungkapkan sesuatu yang diteliti dalam penelitian. Hasil yang menunjukkan semakin tinggi validitas, maka semakin layak perangkat pengukuran dalam mengukur data. Adapun pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*, dimana hasil dari pengujian yaitu r_{hitung} akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Ghazali (2018:52), memaparkan bahwa jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pernyataan indikator dinyatakan valid.

Uji validitas dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada konsumen sebanyak 30 responden, perhitungan nilai df adalah dengan rumus $df = n - 2$, maka didapatkan nilai $df = 28$. Jika melihat kembali r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} diperoleh dengan memasukkan masing – masing skor *item* dan skor total untuk diolah dengan SPSS 26, berikut hasil pengujian validitas dari setiap variabel:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Harga produk di Usaha Teknik dapat dijangkau oleh konsumen.	0,556	0,361	Valid
2.	Harga produk di Usaha Teknik lebih terjangkau dari pesaingnya.	0,734	0,361	Valid
3.	Harga produk sangat sesuai dengan kualitas barang.	0,427	0,361	Valid
4.	Harga produk sangat sesuai dengan yang diharapkan.	0,476	0,361	Valid
5.	Usaha Teknik dinilai bisa menyesuaikan harga jual dengan pesaingnya.	0,624	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
6.	Pesaing yang menjual dengan harga yang lebih mahal memungkinkan konsumen untuk beralih ke Usaha Teknik.	0,541	0,361	Valid
7.	Usaha Teknik selalu menyesuaikan harga produk dengan manfaatnya.	0,686	0,361	Valid
8.	Harga produk yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk terus melakukan pembelian produk di Usaha Teknik.	0,780	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari variabel Harga dengan nilai r_{hitung} terbesar adalah pada pernyataan kedelapan, yaitu sebesar 0,780. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,427. Pada tabel 4.5 juga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X₂)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Barang – barang yang dijual Usaha Teknik sangat lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen.	0,657	0,361	Valid
2.	Konsumen mau berbelanja di Usaha Teknik karena toko lainnya tidak menjual barang selengkap Usaha Teknik.	0,808	0,361	Valid
3.	Dari setiap jenis produk yang dijual terdapat banyak macam merek lagi yang dijual dalam satu produk	0,609	0,361	Valid
4.	Masih terdapat produk dengan merek tertentu yang tersedia di Usaha Teknik yang tidak bisa ditemukan di toko lainnya.	0,810	0,361	Valid
5.	Usaha Teknik menyediakan berbagai macam ukuran barang pada setiap jenis produk.	0,741	0,361	Valid
6.	Jenis dan model produk yang dijual di Usaha Teknik sangatlah beragam.	0,661	0,361	Valid
7.	Usaha Teknik sangat memperhatikan ketersediaan atau <i>stock</i> barang.	0,657	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
8.	Produk yang dijual di Usaha Teknik tersedia mulai dari produk untuk perbengkelan sampai untuk perindustrian.	0,808	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan keempat, yaitu sebesar 0,810. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,609. Pada tabel 4.6 juga diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pelayanan di Usaha Teknik sangat sesuai dengan yang diharapkan.	0,727	0,361	Valid
2.	Karyawan Usaha Teknik sangat peduli dan ramah terhadap pengunjung.	0,643	0,361	Valid
3.	Barang – barang di Usaha Teknik sangat tertata rapi.	0,799	0,361	Valid
4.	Usaha Teknik menyediakan sarana berupa tempat duduk dan minuman sehingga konsumen merasa nyaman.	0,809	0,361	Valid
5.	Karyawan Usaha Teknik bersedia membantu keperluan konsumen.	0,870	0,361	Valid
6.	Karyawan Usaha Teknik tetap memberikan respon yang sangat baik meskipun pelanggan memberikan komplain.	0,811	0,361	Valid
7.	Konsumen diberikan jaminan berupa garansi jika produk yang dibeli mengalami masalah sesuai dengan waktu yang ditentukan.	0,897	0,361	Valid
8.	Usaha Teknik menjamin keamanan pengantaran barang yang dipesan konsumen.	0,894	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketujuh, yaitu sebesar 0,897. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,643. Pernyataan seluruh variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Konsumen yakin akan kemantapan produk yang dijual di Usaha Teknik.	0,650	0,361	Valid
2.	Konsumen tetap akan melakukan pembelian di Usaha Teknik secara terus – menerus.	0,405	0,361	Valid
3.	Konsumen selalu membeli produk di Usaha Teknik karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.	0,586	0,361	Valid
4.	Konsumen selalu membeli produk perindustrian di Usaha Teknik karena harga dan kualitas barang sesuai dengan yang diharapkan.	0,615	0,361	Valid
5.	Konsumen bersedia merekomendasikan Usaha Teknik pada konsumen lain.	0,632	0,361	Valid
6.	Karena kepuasan yang dirasakan, maka konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk di Usaha Teknik.	0,632	0,361	Valid
7.	Konsumen merasa produk yang dijual di Usaha Teknik lebih baik dibandingkan dengan yang lain sehingga menumbuhkan minat konsumen tersebut untuk berkunjung kembali.	0,730	0,361	Valid
8.	Konsumen sangat tertarik untuk berkunjung kembali ke Usaha Teknik karena produk yang dijual beragam.	0,618	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketujuh, yaitu sebesar 0,730. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,405. Pernyataan

seluruh variabel Keputusan Pembelian menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:45), menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Herlina (2019:70), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

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 pengujian reliabilitas variabel dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Sampel	Keterangan
Harga (X_1)	0,744	8	Reliabel diterima
Keragaman Produk (X_2)	0,862	8	Reliabel baik
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,918	8	Reliabel baik
Keputusan Pembelian (Y)	0,746	8	Reliabel diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari kedelapan butir *item* untuk variabel Harga (X_1) tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada di atas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima. Variabel Keragaman Produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,862 sehingga reliabilitas variabel ini dikategorikan baik. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918 sehingga reliabilitas variabel ini dikategorikan baik. Variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,746 sehingga reliabilitas variabel ini dikategorikan diterima.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

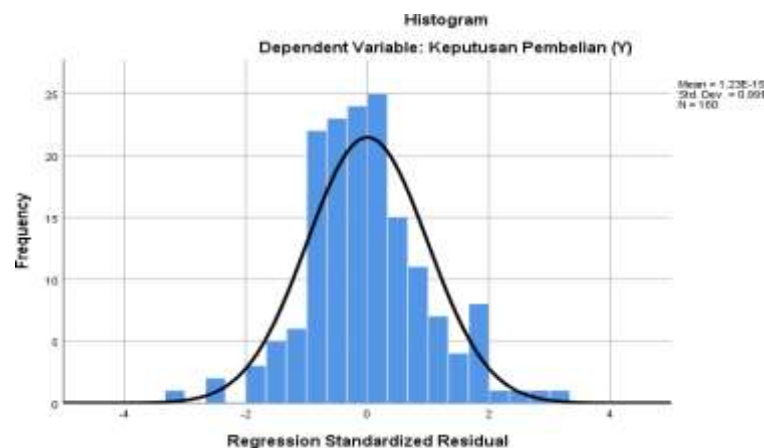
Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

1. Analisis Grafik

Deteksi normalitas grafik histogram dan grafik normal *probability plot* menurut Ghozali (2018:163) adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal.

a. *Output Histogram*

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafis histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, maka data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

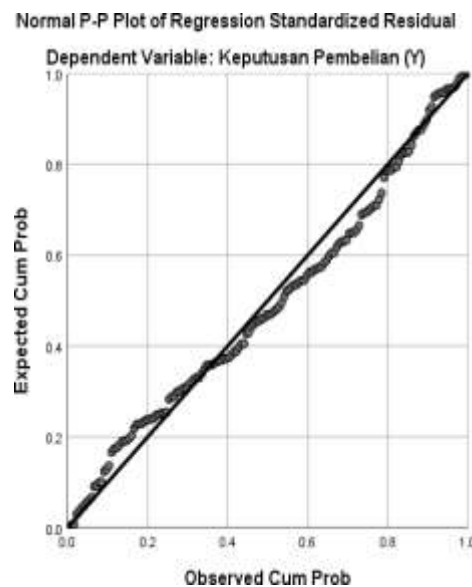
Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis

diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P *Plot* dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Normal *Probability Plot*

Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

2. Uji Statistik

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S). Menurut Ghozali (2018:166) Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

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

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27954364
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.058
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Terlihat dari tabel 4.10 pada tabel *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diketahui besarnya nilai asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05, dengan nilai 0,067 yang artinya H_0 diterima. Maka disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk deteksi multikolinearitas, peneliti

menggunakan VIF dengan ketentuan menurut Ghozali (2018:108) yang menyatakan jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	.992	1.008
Keragaman Produk (X2)	.995	1.005
Kualitas Pelayanan (X3)	.994	1.006

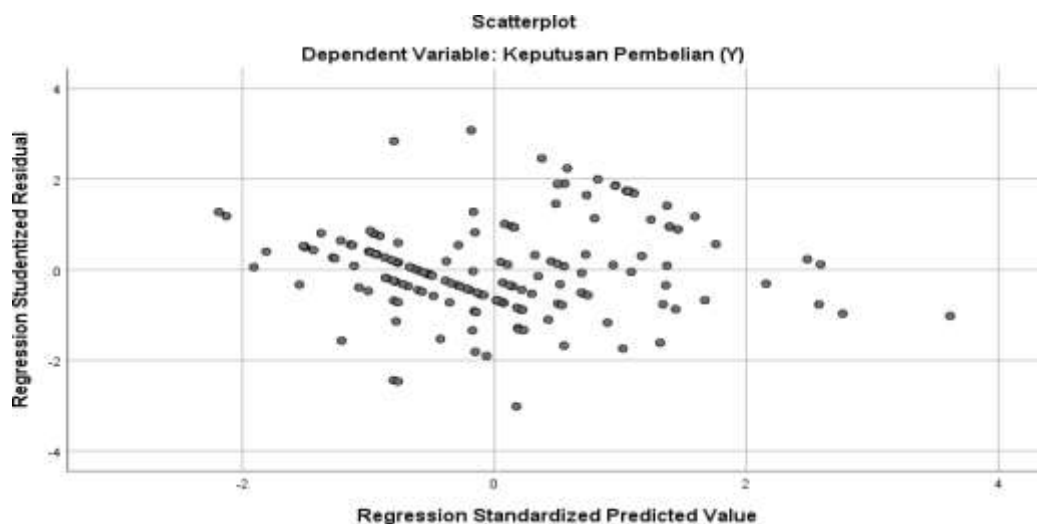
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS, diketahui bahwa nilai tolerance masing – masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF seluruh variabel tidak lebih dari 10. Ini artinya bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) memaparkan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.4 dapat terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2018:96), analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*. Pengujian analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X yaitu Harga, Keragaman Produk, dan

Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Berikut formulanya:

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
 a = Konstanta
 b₁, b₂, dan b₃ = Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
 X₁ = Harga
 X₂ = Keragaman Produk
 X₃ = Kualitas Pelayanan
 e = Residual/error (5%)

Berikut hasil dari pengujian analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel 4.12:

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	13.444	2.438
	Harga (X1)	-.116	.058
	Keragaman Produk (X2)	.309	.033
	Kualitas Pelayanan (X3)	.525	.054

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
 Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS tersebut, diketahui pada *Unstadardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

Keputusan Pembelian = 13,444 - 0,116 Harga + 0,309 Keragaman Produk + 0,525 Kualitas Pelayanan + e

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan dalam uraian berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 13,444, artinya ketika nilai variabel bebas yaitu Harga (X_1), Keragaman Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 13,444.
2. Koefisien $b_1X_1 = -0,116$, artinya bahwa ketika Harga (X_1) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun sebesar 11,6%.
3. Koefisien $b_2X_2 = 0,309$, artinya bahwa ketika Keragaman Produk (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 30,9%.
4. Koefisien $b_3X_3 = 0,525$, artinya bahwa ketika Kualitas Pelayanan (X_3) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 52,5%.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstanta.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk penyajiannya adalah sebagai berikut:

3. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas

Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap
Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

4. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

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:

3. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dalam menentukan nilai t_{tabel} , harus mencari dahulu derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$df = n - k = 160 - 4 = 156$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Dengan diperoleh besarnya df adalah 156, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,9753. Nilai t_{hitung} diperoleh menggunakan program SPSS 26 dan hasil akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	5.515	.000
Harga (X1)	-1.993	.048
Keragaman Produk (X2)	9.266	.000
Kualitas Pelayanan (X3)	9.797	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.13, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

H₁: Adanya pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar -1,993 yang menunjukkan arah koefisien regresi negatif. Hal ini berarti Harga memberikan pengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $-1,993 > 1,9753$ Maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , yaitu Harga berpengaruh negatif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai signifikansi variabel Harga sebesar 0,048 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan Harga signifikan. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Dapat disimpulkan bahwa H_1 didukung.

H₂: Adanya pengaruh variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Keragaman Produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9,266 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Keragaman Produk memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $9,266 > 1,9753$ Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 , yaitu Keragaman Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai signifikansi variabel Keragaman Produk sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan Keragaman Produk signifikan. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa Keragaman Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Dapat disimpulkan juga bahwa H_2 didukung.

H₃: Adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9,797 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $9,797 > 1,9753$ Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 , yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat

dikatakan Kualitas Pelayanan signifikan. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Dapat disimpulkan juga bahwa H_3 didukung.

4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
2. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Kriteria penilaian hipotesis dengan uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima atau H_0 ditolak.

Dalam menentukan nilai F_{tabel} diperlukan adanya derajat kebebasan dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 160 - 4 = 156$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan hasil dari df pembilang dan df penyebut diketahui bahwa nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,66. Selanjutnya nilai dari F_{tabel} akan dibandingkan dengan nilai F_{hitung} . Berikut hasil dari F_{hitung} dapat dilihat melalui tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	927.760	3	309.253	58.391	.000 ^b
	Residual	826.215	156	5.296		
	Total	1753.975	159			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keragaman Produk (X2), Harga (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

H₄: Adanya pengaruh variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas

Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

Pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yaitu $58,391 > 2,66$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima serta nilai sigfikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Dapat disimpulkan bahwa H_4 didukung.

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.520	2.301

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keragaman Produk (X2), Harga (X1)
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *Adjusted R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* adalah sebesar 0,520, yang artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan sebesar 52% dan sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, suasana toko, lokasi, perilaku konsumen, dan kepuasan konsumen.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan membahas mengenai:

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Hal tersebut dapat terjawab karena Usaha Teknik dinilai menawarkan harga yang cukup terjangkau dan hal ini mengakibatkan konsumen tetap akan melakukan pembelian di Usaha Teknik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprida Riani, Setyo Adji, dan Siti Chamidah (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Kain Kiloan Aulia Ponorogo) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, dan Kualitas Layanan baik secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

4.3.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Hal tersebut dapat terjawab karena Usaha Teknik dinilai menawarkan harga yang cukup terjangkau dan hal ini mengakibatkan konsumen tetap akan melakukan pembelian di Usaha Teknik. Hal tersebut dapat terjawab karena dengan adanya produk yang beragam serta produk yang lengkap membuat konsumen yang datang

berkunjung tetap dihadapkan berbagai pilihan alternatif. Hal ini tentu saja membuat konsumen tetap melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sonia Yolandia (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian pada TB Isna Tulungagung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Keragaman Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada TB Isna Tulungagung.

4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dari pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik. Hal tersebut dapat terjawab karena Usaha Teknik dinilai menawarkan harga yang cukup terjangkau dan hal ini mengakibatkan konsumen tetap akan melakukan pembelian di Usaha Teknik. Hal tersebut disebabkan Usaha Teknik menyediakan fasilitas berupa tempat untuk menunggu serta pemilik usaha dan karyawan yang selalu melayani konsumen dengan baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella, M. Taufik, dan Hartono (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang dimana hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang.

4.3.4 Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik dan pengaruhnya dapat terlihat dari nilai *adjusted R square* atau koefisien determinasi di mana nilai *adjusted r square* diperoleh sebesar 0,520 artinya variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik sebesar 58,4%. Hal tersebut disebabkan dengan Harga jual produk yang cukup terjangkau, beragamnya produk yang dijual, serta pelayanan yang dinilai baik dari Usaha Teknik tentu saja akan semakin memperkuat keinginan konsumen untuk menetapkan keputusannya melakukan pembelian di Usaha Teknik

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadhifia Hibatullah dan Khuzaini (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, dan Harga secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di TB. Rejeki Agung Surabaya.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat dibuat beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil uji – t menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
2. Hasil uji – t menunjukkan bahwa Keragaman Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
3. Hasil uji – t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
4. Hasil uji - F menunjukkan bahwa Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik.
5. Hasil uji koefisien determinasi atau *adjusted R square* menunjukkan bahwa Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 52%.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah peneliti lakukan, maka hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Usaha Teknik adalah sebagai berikut:

1. Usaha Teknik harus mempertahankan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dengan cara:
 - a. Pemilik Usaha Teknik dapat mempertahankan harga jual produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang bisa dirasakan konsumen sehingga konsumen yang melakukan pembelian produk tidak merasa kecewa karena produk yang dibeli masih belum memenuhi standar kualitas dan harga yang diharapkan konsumen.
 - b. Pemilik Usaha Teknik disarankan dapat menetapkan harga produk dengan harga jual produk yang lebih murah dari pesaingnya sehingga konsumen tetap bersedia melakukan pembelian produk perbengkelan di Usaha Teknik.
2. Keragaman produk harus dipertahankan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan cara:
 - a. Usaha Teknik dapat mempertahankan variasi merek produk perbengkelan dan perindustrian yang dijual sehingga konsumen tetap terus melakukan pembelian karena lengkapnya produk yang dijual.
 - b. Usaha Teknik disarankan dapat menambah lagi variasi ukuran produk perbengkelan dan perindustrian.
3. Usaha Teknik harus mempertahankan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan cara:

- a. Pemilik usaha dan karyawan dapat mempertahankan pelayanan yang terbaik dengan menjamin keamanan pengantaran barang yang dipesan konsumen sehingga hal ini membuat konsumen yakin bahwa Usaha Teknik merupakan pilihan yang tepat dan terbaik dalam hal melakukan pembelian produk perbengkelan dan perindustrian.
- b. Pemilik Usaha Teknik disarankan dapat meningkatkan kemampuan karyawan dengan memberikan pengarahan dalam menanggapi setiap pertanyaan dan kritikan dari konsumen.

5.3 Saran Akademis

Saran akademis yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian yang telah peneliti lakukan saat ini, disarankan dapat melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian di Usaha Teknik seperti kualitas produk, suasana toko, lokasi, perilaku konsumen, dan kepuasan konsumen.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian kuesioner hanya diambil dari beberapa pemilik UMKM kelontong saja. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dari responden yang diteliti.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, peneliti hanya mengambil 160 konsumen sebagai responden penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel penelitian sehingga lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- 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 Ismaliyah 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- 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. Unikitz 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

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA TEKNIK

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner penelitian saya dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan
2. Umur : ☐ Di Bawah 30 Tahun
☐ 31 Tahun s/d 40 Tahun
☐ 41 Tahun s/d 50 Tahun
☐ Di Atas 50 Tahun
3. Pekerjaan : ☐ Wirausaha
☐ Karyawan Swasta
☐ Pegawai Negeri Sipil
4. Penghasilan : ☐ Di bawah Rp 6.000.000
☐ Rp 6.000.000 s/d Rp 10.000.000
☐ Rp 11.000.000 s/d Rp 20.000.000
☐ Di atas Rp 20.000.000

Petunjuk dalam pengisian kuesioner

Bapak/Ibu diharapkan hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Pilihan jawaban: SS = Sangat Setuju

 S = Setuju

 KS = Kurang Setuju

 TS = Tidak Setuju

 STS = Sangat Tidak Setuju

1. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator: Kemantapan Pada Sebuah Produk						
1.	Konsumen yakin akan kemantapan produk yang dijual di Usaha Teknik.					
2.	Konsumen tetap akan melakukan pembelian di Usaha Teknik secara terus – menerus.					
Indikator: Kebiasaan Dalam Membeli Produk						
3.	Konsumen selalu membeli produk di Usaha Teknik karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.					
4.	Konsumen selalu membeli produk perindustrian di Usaha Teknik karena harga dan kualitas barang sesuai dengan yang diharapkan.					
Indikator: Kesiediaan Merekomendasikan						
5.	Konsumen bersedia merekomendasikan Usaha Teknik pada konsumen lain.					
6.	Karena kepuasan yang dirasakan, maka konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk di Usaha Teknik.					
Indikator: Minat Berkunjung Kembali						
7.	Konsumen merasa produk yang dijual di Usaha Teknik lebih baik dibandingkan dengan yang lain sehingga menumbuhkan minat konsumen tersebut untuk berkunjung kembali.					
8.	Konsumen sangat tertarik untuk berkunjung kembali ke Usaha Teknik karena produk yang dijual beragam.					

2. HARGA (X_1)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator: Keterjangkauan Harga						
1.	Harga produk di Usaha Teknik dapat dijangkau oleh konsumen.					
2.	Harga produk di Usaha Teknik lebih terjangkau dari pesaingnya.					
Indikator: Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
3.	Harga produk sangat sesuai dengan kualitas barang.					
4.	Harga produk sangat sesuai dengan yang diharapkan.					
Indikator: Daya Saing Harga						
5.	Usaha Teknik dinilai bisa menyesuaikan harga jual dengan pesaingnya.					
6.	Pesaing yang menjual dengan harga yang lebih mahal memungkinkan konsumen untuk beralih ke Usaha Teknik.					
Indikator: Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
7.	Usaha Teknik selalu menyesuaikan harga produk dengan manfaatnya.					
8.	Harga produk yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk terus melakukan pembelian produk di Usaha Teknik.					

3. KERAGAMAN PRODUK (X_2)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator: Kelengkapan Produk atau Barang						
1.	Barang – barang yang dijual Usaha Teknik sangat lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
2.	Konsumen mau berbelanja di Usaha Teknik karena toko lainnya tidak menjual barang selengkap Usaha Teknik.					
Indikator: Macam Merek						

3.	Dari setiap jenis produk yang dijual terdapat banyak macam merek lagi yang dijual dalam satu produk.					
4.	Masih terdapat produk dengan merek tertentu yang tersedia di Usaha Teknik yang tidak bisa ditemukan di toko lainnya.					
Indikator: Variasi Ukuran Barang						
5.	Usaha Teknik menyediakan berbagai macam ukuran barang pada setiap jenis produk.					
6.	Jenis dan model produk yang dijual di Usaha Teknik sangatlah beragam.					
Indikator: Ketersediaan Produk						
7.	Usaha Teknik sangat memperhatikan ketersediaan atau <i>stock</i> barang.					
8.	Produk yang dijual di Usaha Teknik tersedia mulai dari produk untuk perbengkelan sampai untuk perindustrian.					

4. KUALITAS PELAYANAN (X_3)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator: Keandalan (<i>Reliability</i>)						
1.	Pelayanan di Usaha Teknik sangat sesuai dengan yang diharapkan.					
2.	Karyawan Usaha Teknik sangat peduli dan ramah terhadap pengunjung.					
Indikator: Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)						
3.	Barang – barang di Usaha Teknik sangat tertata rapi.					
4.	Usaha Teknik menyediakan sarana berupa tempat duduk dan minuman sehingga konsumen merasa nyaman.					
Indikator: Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
5.	Karyawan Usaha Teknik bersedia membantu keperluan konsumen.					
6.	Karyawan Usaha Teknik tetap memberikan respon yang sangat baik meskipun pelanggan memberikan komplain.					
Indikator: Jaminan (<i>Assurance</i>)						

7.	Konsumen diberikan jaminan berupa garansi jika produk yang dibeli mengalami masalah sesuai dengan waktu yang ditentukan.					
8.	Usaha Teknik menjamin keamanan pengantaran barang yang dipesan konsumen.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pernyataan Harga (X1)									
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	4	3	5	5	5	5	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	2	30
5	3	5	5	5	5	5	5	5	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	3	4	5	5	2	4	3	30
10	4	2	5	2	5	5	4	4	31
11	4	3	3	4	1	5	4	3	27
12	4	5	4	4	5	5	4	5	36
13	4	4	4	5	3	5	3	4	32
14	4	5	5	5	4	5	4	5	37
15	5	4	3	4	5	5	5	4	35
16	5	4	5	4	5	5	5	4	37
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	3	4	4	31
19	5	5	4	4	4	4	5	5	36
20	5	3	5	5	5	5	5	3	36
21	3	4	4	3	4	5	4	2	29
22	4	4	5	2	4	5	4	4	32
23	4	5	5	5	5	5	4	5	38
24	4	2	4	5	4	2	4	3	28
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	4	4	4	3	5	5	4	34
28	5	5	3	5	5	5	5	5	38
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Pernyataan Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
1	3	1	1	2	1	1	3	1	13

Pernyataan Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
2	5	4	5	4	5	4	5	4	36
3	3	1	3	2	3	2	3	1	18
4	3	3	3	3	1	1	3	3	20
5	3	1	3	3	3	3	3	1	20
6	2	3	2	3	2	3	2	3	20
7	3	4	1	4	3	1	3	4	23
8	3	3	3	3	1	3	3	3	22
9	3	4	3	4	4	4	3	4	29
10	3	5	2	5	5	5	3	5	33
11	3	1	3	1	3	1	3	1	16
12	2	4	2	4	1	4	2	4	23
13	5	4	5	4	3	1	5	4	31
14	4	5	4	5	4	5	4	5	36
15	5	4	1	5	1	4	5	4	29
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	4	5	4	5	5	5	38
18	5	1	5	5	1	1	5	1	24
19	4	5	4	5	4	5	4	5	36
20	5	4	5	4	5	4	5	4	36
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	3	4	3	4	3	4	28
23	3	2	3	2	1	2	3	2	18
24	3	3	3	3	3	1	3	3	22
25	3	4	4	4	4	4	3	4	30
26	3	4	3	4	1	4	3	4	26
27	2	4	2	4	2	4	2	4	24
28	2	4	3	4	1	1	2	4	21
29	4	5	5	5	5	1	4	5	34
30	2	4	3	4	3	4	2	4	26

Pernyataan Kualitas Pelayanan (X3)									
No.	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	Total
1	4	5	5	5	5	4	5	5	38
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	3	5	5	5	5	5	5	38
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	4	4	4	4	5	5	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	4	5	4	5	4	5	35
12	4	5	4	5	5	5	5	5	38
13	4	5	4	4	5	5	5	5	37

Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)									
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Total
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	2	5	5	4	1	2	4	5	28
29	5	5	5	4	3	3	5	4	34
30	4	4	3	3	3	4	4	4	29

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_1)

Correlations										
		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
X11	Pearson Correlation	1	.176	-.053	.299	.263	.243	.685**	.329	.556**
	Sig. (2-tailed)		.352	.779	.108	.160	.195	.000	.076	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.176	1	.163	.333	.262	.443*	.330	.683**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.352		.389	.072	.161	.014	.075	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	-.053	.163	1	-.025	.383*	.206	.095	.293	.427*
	Sig. (2-tailed)	.779	.389		.894	.037	.276	.618	.116	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.299	.333	-.025	1	.201	-.100	.283	.286	.476**
	Sig. (2-tailed)	.108	.072	.894		.287	.599	.130	.125	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.263	.262	.383*	.201	1	.071	.460*	.361*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.160	.161	.037	.287		.710	.011	.050	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.243	.443*	.206	-.100	.071	1	.343	.357	.541**

[illegible]

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

Correlations

Y12	Pearson Correlation	.086	1	.626**	.106	.000	-.082	.391*	.283	.405*
	Sig. (2-tailed)	.650		.000	.577	1.000	.667	.033	.130	.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.044	.626**	1	.488**	.028	.028	.622**	.483**	.586**
	Sig. (2-tailed)	.816	.000		.006	.883	.883	.000	.007	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.307	.106	.488**	1	.122	.122	.462*	.600**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.099	.577	.006		.522	.522	.010	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.449*	.000	.028	.122	1	.748**	.197	.029	.632**
	Sig. (2-tailed)	.013	1.000	.883	.522		.000	.296	.879	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	.343	-.082	.028	.122	.748**	1	.277	.203	.632**
	Sig. (2-tailed)	.063	.667	.883	.522	.000		.138	.283	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	.411*	.391*	.622**	.462*	.197	.277	1	.460*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.024	.033	.000	.010	.296	.138		.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y18	Pearson Correlation	.305	.283	.483**	.600**	.029	.203	.460*	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.101	.130	.007	.000	.879	.283	.010		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.650**	.405*	.586**	.615**	.632**	.632**	.730**	.618**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.026	.001	.000	.000	.000	.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 10 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	8

Lampiran 11 Tabulasi Kuesioner Responden

Nomor Butir Kuesioner - Harga (X1)									
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
1	3	3	3	4	1	1	1	2	18
2	4	4	3	3	3	3	3	3	26
3	4	3	3	3	3	3	3	4	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	4	4	4	4	4	4	30
6	5	5	3	3	3	2	2	3	26
7	3	2	2	2	2	2	2	3	18
8	5	5	3	3	3	4	4	4	31
9	4	4	4	4	4	2	2	3	27
10	4	5	5	4	4	4	3	3	32
11	4	3	4	4	5	5	5	5	35
12	4	5	4	3	3	2	2	3	26
13	4	4	4	4	3	4	4	4	31
14	3	4	4	3	3	3	3	4	27
15	4	4	4	4	4	3	4	4	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	5	5	4	3	4	33
18	5	5	5	3	2	2	2	3	27
19	4	4	4	5	4	4	4	4	33
20	3	5	4	3	3	4	3	4	29
21	4	4	3	4	4	2	2	3	26
22	5	5	3	3	3	3	3	4	29
23	4	3	3	3	3	3	3	4	26
24	3	4	3	3	3	3	3	3	25
25	3	3	3	3	4	4	4	4	28
26	4	5	5	2	2	2	2	3	25
27	4	5	3	3	4	5	5	4	33
28	4	5	4	4	3	3	3	3	29

Nomor Butir Kuesioner - Harga (X1)									
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
29	4	4	5	4	4	4	3	4	32
30	4	5	4	4	4	3	3	3	30
31	4	3	5	4	3	4	4	4	31
32	4	5	4	4	3	3	3	4	30
33	4	4	5	4	4	2	2	3	28
34	4	5	4	3	4	3	4	4	31
35	4	4	4	4	3	2	2	3	26
36	4	5	4	2	2	2	2	3	24
37	3	4	4	3	3	2	2	3	24
38	4	5	4	4	2	2	2	3	26
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	5	5	2	2	2	2	2	3	23
41	4	5	2	2	2	2	2	3	22
42	4	4	3	3	3	2	2	3	24
43	3	4	5	4	3	3	3	3	28
44	4	5	3	5	4	5	3	4	33
45	4	4	5	4	5	3	3	4	32
46	4	3	3	3	3	4	4	4	28
47	4	5	5	2	4	3	2	3	28
48	5	5	5	3	4	2	2	3	29
49	4	3	5	5	3	3	4	5	32
50	4	5	4	4	3	4	4	4	32
51	5	4	5	5	3	2	2	3	29
52	4	5	4	4	3	2	2	3	27
53	4	4	4	4	4	4	4	3	31
54	4	4	4	4	3	3	3	4	29
55	5	5	5	4	3	3	3	4	32
56	4	5	5	3	3	4	4	4	32
57	5	5	5	3	3	3	3	4	31
58	3	5	4	4	4	4	3	3	30
59	3	5	5	4	3	3	3	4	30
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	5	5	5	3	3	3	3	4	31
62	4	3	3	4	4	4	4	4	30
63	5	5	5	2	2	4	4	4	31
64	4	4	4	4	4	2	2	4	28
65	5	5	5	5	2	2	2	2	28
66	5	5	3	2	2	2	5	5	29
67	5	3	5	5	4	4	2	2	30
68	4	4	4	4	4	4	2	4	30
69	5	5	5	5	5	2	1	2	30
70	4	5	5	5	5	3	2	3	32
71	5	5	5	5	3	2	2	3	30
72	4	4	4	4	3	3	3	4	29
73	2	2	3	3	3	3	3	3	22
74	4	4	3	3	3	2	4	3	26

Nomor Butir Kuesioner - Harga (X1)									
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
75	5	5	5	5	1	1	1	2	25
76	4	4	5	2	3	4	4	4	30
77	5	5	5	4	2	2	2	3	28
78	5	5	5	3	2	2	2	3	27
79	4	4	4	3	3	3	3	3	27
80	4	4	4	4	4	4	2	3	29
81	4	4	4	4	4	2	2	3	27
82	3	5	5	4	2	2	4	2	27
83	4	4	4	4	4	2	3	4	29
84	4	4	4	4	3	3	3	3	28
85	4	3	4	2	2	2	4	4	25
86	4	4	5	2	2	2	2	3	24
87	3	5	3	3	3	3	2	3	25
88	4	4	4	4	4	4	3	4	31
89	4	4	4	4	4	4	5	5	34
90	5	5	5	3	2	2	2	2	26
91	5	5	4	3	3	3	3	4	30
92	4	4	2	2	2	2	5	4	25
93	5	5	5	3	2	2	2	3	27
94	4	4	4	3	3	3	3	4	28
95	4	3	3	3	3	4	4	4	28
96	4	4	4	4	4	3	3	2	28
97	5	4	5	4	2	2	2	2	26
98	4	4	4	4	3	2	2	3	26
99	5	4	4	2	2	2	2	3	24
100	4	4	4	3	3	4	4	4	30
101	5	4	5	3	2	2	2	3	26
102	4	4	4	3	3	3	3	4	28
103	4	4	4	4	4	4	4	3	31
104	4	4	4	3	3	3	3	3	27
105	5	4	4	4	4	4	3	4	32
106	3	3	4	4	4	2	2	3	25
107	5	4	5	3	2	2	2	3	26
108	4	4	4	5	3	3	4	4	31
109	5	4	5	2	2	2	2	5	27
110	4	4	5	4	4	4	3	3	31
111	5	4	5	5	5	3	2	3	32
112	5	5	5	3	5	3	3	4	33
113	4	4	4	4	3	3	2	3	27
114	4	4	4	4	4	5	4	4	33
115	5	4	5	5	3	2	2	3	29
116	4	4	3	4	3	3	2	3	26
117	5	4	5	5	3	2	2	3	29
118	4	5	5	5	2	2	1	2	26
119	4	4	4	4	2	2	2	3	25
120	4	4	4	3	3	3	3	4	28

Nomor Butir Kuesioner - Harga (X1)									
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total
121	4	4	4	4	2	2	2	3	25
122	4	4	4	5	4	4	4	4	33
123	3	4	5	4	3	3	3	4	29
124	4	5	5	4	4	3	3	4	32
125	5	4	5	3	3	3	3	4	30
126	4	4	4	4	4	3	4	4	31
127	5	4	5	4	3	3	3	3	30
128	4	4	4	3	3	3	3	4	28
129	3	4	5	4	4	4	4	3	31
130	4	4	3	3	3	3	3	3	26
131	5	3	3	3	3	2	2	3	24
132	4	3	4	4	2	2	3	2	24
133	5	4	5	3	2	2	2	3	26
134	4	4	4	3	2	2	2	3	24
135	4	4	4	2	2	2	3	2	23
136	4	4	3	2	2	2	2	3	22
137	5	4	3	3	2	2	2	3	24
138	4	4	4	2	2	2	5	5	28
139	5	4	5	5	4	4	4	2	33
140	4	4	4	4	4	4	4	4	32
141	5	4	5	5	5	1	1	2	28
142	4	4	4	4	3	3	3	3	28
143	3	4	5	5	4	3	2	3	29
144	4	4	4	4	5	3	4	4	32
145	5	4	5	5	4	4	2	3	32
146	4	4	4	4	4	3	3	3	29
147	5	4	5	5	1	2	2	3	27
148	5	5	5	5	2	2	2	5	31
149	5	4	5	3	3	3	3	3	29
150	4	4	4	4	4	4	4	4	32
151	4	4	4	4	4	4	4	4	32
152	5	5	4	4	3	3	3	4	31
153	5	4	5	2	2	2	5	5	30
154	3	4	2	2	2	2	2	3	20
155	5	4	4	4	4	4	3	4	32
156	5	3	4	5	5	3	3	3	31
157	5	4	5	5	4	2	2	3	30
158	4	4	4	5	3	3	3	5	31
159	5	4	3	5	4	3	2	2	28
160	4	4	4	4	3	3	3	3	28

Nomor Butir Kuesioner - Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
1	4	4	4	4	4	2	1	2	25
2	4	3	1	1	1	1	1	2	14

Nomor Butir Kuesioner - Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
3	4	2	2	2	2	1	1	2	16
4	3	3	3	3	2	2	2	2	20
5	2	1	1	1	1	1	2	1	10
6	1	2	2	2	2	2	2	1	14
7	3	2	2	2	1	2	1	2	15
8	2	1	1	1	1	1	2	3	12
9	4	4	5	4	1	1	1	1	21
10	4	5	5	1	1	1	1	2	20
11	3	2	2	2	2	2	2	3	18
12	2	1	1	1	1	1	1	1	9
13	3	2	2	2	2	2	2	3	18
14	3	5	5	5	5	5	5	4	37
15	2	2	2	2	2	2	2	3	17
16	3	3	4	4	4	4	4	4	30
17	4	4	3	3	2	2	2	3	23
18	5	5	5	1	1	1	1	3	22
19	3	2	3	3	3	3	3	3	23
20	3	5	2	2	2	3	3	2	22
21	4	4	3	4	4	1	2	1	23
22	5	5	3	3	3	2	3	4	28
23	4	3	3	3	3	1	1	2	20
24	3	4	3	1	1	1	1	2	16
25	3	3	2	2	2	2	1	2	17
26	4	5	5	2	2	1	1	1	21
27	2	1	1	1	1	1	1	3	11
28	4	5	3	3	2	2	2	2	23
29	5	5	1	1	1	1	1	2	17
30	2	2	2	2	2	2	2	3	17
31	2	1	2	2	2	2	2	2	15
32	4	2	2	2	2	2	1	2	17
33	4	4	2	2	1	1	1	1	16
34	4	1	1	1	1	1	1	2	12
35	1	1	1	1	1	3	3	3	14
36	4	5	4	1	1	1	1	1	18
37	3	4	5	2	2	1	2	1	20
38	4	5	5	1	1	1	1	1	19
39	3	3	2	2	2	2	2	3	19
40	5	5	2	1	1	1	1	2	18
41	4	5	1	1	1	1	3	3	19
42	4	4	3	3	1	1	1	1	18
43	3	2	2	2	2	2	1	1	15
44	4	5	3	2	1	1	1	2	19
45	4	4	1	1	1	1	1	2	15
46	4	2	2	2	2	2	1	2	17
47	4	5	1	1	1	1	1	1	15
48	5	1	1	1	1	3	3	4	19

Nomor Butir Kuesioner - Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
49	3	2	2	2	2	3	3	3	20
50	3	4	4	4	4	4	1	2	26
51	3	3	4	1	1	1	1	1	15
52	4	5	1	1	1	1	1	2	16
53	4	2	2	2	2	1	1	2	16
54	4	3	1	1	1	1	1	2	14
55	1	1	1	1	1	1	1	1	8
56	2	3	3	2	2	2	2	2	18
57	1	2	1	1	1	1	1	2	10
58	3	2	2	2	2	2	3	2	18
59	3	1	2	2	2	2	2	3	17
60	3	2	2	2	2	1	1	2	15
61	5	2	2	2	2	1	1	2	17
62	4	2	2	2	2	2	2	3	19
63	2	1	1	1	1	1	1	2	10
64	4	4	2	1	1	1	1	1	15
65	5	5	1	1	1	2	1	2	18
66	5	5	3	2	3	2	2	5	27
67	5	3	4	1	1	1	1	1	17
68	4	4	3	2	1	1	1	1	17
69	5	5	2	1	1	1	1	1	17
70	4	5	1	1	1	1	2	4	19
71	5	5	2	2	2	1	1	1	19
72	4	4	5	2	1	1	1	2	20
73	2	2	3	2	2	2	2	2	17
74	4	4	2	1	1	1	1	2	16
75	1	1	1	1	1	1	1	1	8
76	3	2	2	2	2	3	3	3	20
77	5	5	1	1	1	1	1	1	16
78	5	1	1	1	1	2	4	4	19
79	4	4	4	3	3	1	1	2	22
80	4	4	3	1	1	1	1	1	16
81	4	4	3	4	4	2	2	3	26
82	3	5	1	5	2	2	4	2	24
83	4	4	4	5	5	5	2	3	32
84	2	2	2	2	2	2	2	2	16
85	4	1	1	1	1	1	4	4	17
86	4	5	1	1	1	1	1	1	15
87	3	1	1	1	1	5	2	3	17
88	4	5	1	1	1	1	1	2	16
89	2	2	2	2	2	2	2	3	17
90	5	1	1	1	1	5	1	2	17
91	5	5	4	2	5	1	1	2	25
92	4	4	2	2	1	1	2	5	21
93	5	5	2	2	1	1	1	1	18
94	4	5	1	1	1	1	1	3	17

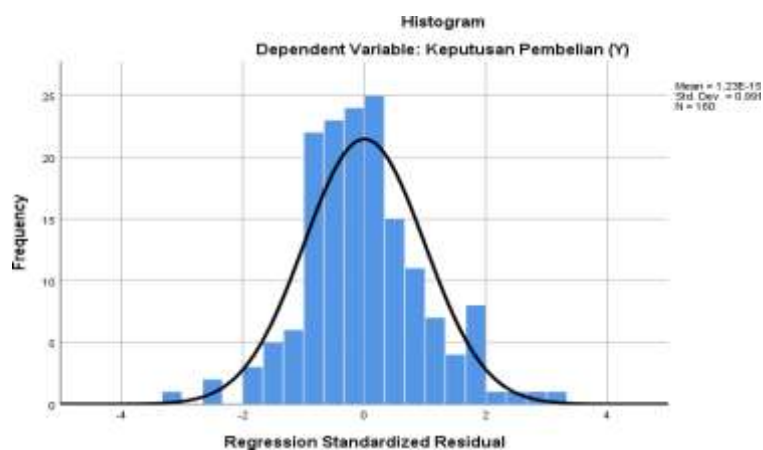
Nomor Butir Kuesioner - Keragaman Produk (X2)									
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total
95	4	4	3	3	3	4	4	4	29
96	4	3	3	3	4	3	3	2	25
97	1	2	1	1	1	1	1	1	9
98	4	1	1	1	1	3	2	3	16
99	1	2	2	1	1	1	1	1	10
100	1	2	1	1	1	1	1	2	10
101	5	1	1	1	1	1	1	3	14
102	2	1	2	2	2	2	2	2	15
103	4	4	2	2	2	2	2	4	22
104	4	4	3	2	2	2	2	2	21
105	5	4	3	3	4	4	3	4	30
106	3	3	4	1	1	1	2	3	18
107	1	2	1	1	1	1	1	1	9
108	4	4	2	2	2	1	1	2	18
109	1	2	1	1	1	1	1	1	9
110	4	4	3	3	4	4	3	3	28
111	5	4	5	5	4	2	2	3	30
112	5	5	5	2	1	1	2	2	23
113	4	4	4	5	5	5	2	3	32
114	4	4	4	2	2	2	2	3	23
115	5	4	1	1	1	3	3	4	22
116	2	1	1	1	2	2	2	2	13
117	5	5	3	1	1	1	1	1	18
118	4	5	1	1	1	2	3	3	20
119	4	5	2	1	1	1	1	1	16
120	4	4	2	2	1	1	1	2	17
121	4	4	4	1	1	2	2	3	21
122	2	1	1	1	1	1	1	3	11
123	3	4	5	4	2	5	5	5	33
124	4	5	2	1	1	1	1	2	17
125	5	4	2	2	2	3	5	5	28
126	4	4	1	1	1	1	1	2	15
127	5	2	2	2	2	1	1	2	17
128	1	1	1	1	1	1	1	1	8
129	2	1	1	1	1	1	1	2	10
130	1	1	2	1	1	1	1	1	9
131	1	1	1	1	1	1	1	1	8
132	4	3	4	4	1	1	1	2	20
133	2	1	1	1	1	1	1	1	9
134	4	4	4	3	1	1	1	1	19
135	4	4	4	1	1	1	1	1	17
136	4	4	3	2	2	2	1	1	19
137	5	4	3	3	2	1	1	1	20
138	4	4	2	1	1	1	1	1	15
139	5	4	1	5	5	3	4	2	29
140	4	4	4	4	2	2	2	3	25

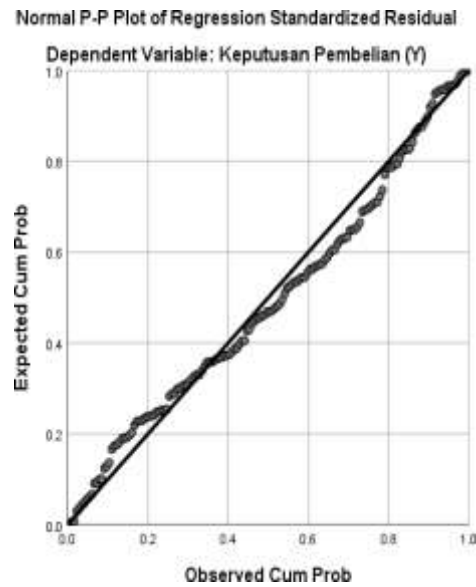
Nomor Butir Kuesioner - Kualitas Pelayanan (X3)									
No.	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	Total
69	5	5	1	3	3	3	3	3	26
70	5	5	5	5	5	5	5	4	39
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	4	5	5	5	5	5	2	1	32
73	2	3	5	5	5	5	5	4	34
74	4	5	5	5	5	4	1	1	30
75	3	4	4	5	5	5	5	4	35
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	5	5	5	5	5	5	1	36
78	5	4	5	5	5	5	5	5	39
79	4	5	5	5	5	5	2	1	32
80	4	4	2	2	5	5	5	5	32
81	4	5	5	5	5	3	3	2	32
82	3	5	2	5	5	5	5	5	35
83	4	4	4	5	5	5	2	3	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	4	1	1	4	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	2	3	2	32
87	5	4	4	4	4	5	5	5	36
88	3	3	1	5	5	5	5	5	32
89	2	2	4	5	5	5	5	4	32
90	5	5	4	5	5	5	5	5	39
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	4	4	3	3	3	3	5	5	30
93	5	5	3	4	5	5	5	4	36
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	5	5	4	4	3	3	2	31
97	5	5	5	4	4	4	4	3	34
98	4	1	2	5	5	5	5	5	32
99	4	5	5	5	5	4	4	3	35
100	4	5	5	4	4	4	4	3	33
101	5	3	3	4	5	5	5	5	35
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
103	4	4	2	2	2	2	2	4	22
104	4	4	4	4	4	4	4	4	32
105	5	4	5	5	5	5	5	5	39
106	3	3	4	5	5	5	4	1	30
107	4	5	5	5	5	4	4	3	35
108	5	4	2	2	2	5	5	5	30
109	4	5	5	4	4	4	4	3	33
110	4	4	3	2	2	2	3	4	24
111	5	4	5	5	4	1	1	1	26
112	5	5	5	5	5	5	5	5	40
113	4	4	4	5	5	5	2	3	32
114	4	4	5	5	5	5	2	2	32

Nomor Butir Kuesioner - Keputusan Pembelian (Y)									
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	5	5	5	3	5	4	4	5	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	3	4	4	4	4	4	4	4	31
6	4	4	4	4	5	5	5	5	36
7	4	5	5	5	4	3	4	4	34
8	4	4	5	3	3	3	4	4	30
9	4	3	4	4	4	5	5	5	34
10	4	4	4	4	3	4	4	4	31
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	4	3	3	3	5	5	5	32
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	3	5	5	5	5	5	36
21	5	5	4	4	5	3	5	5	36
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	4	3	5	5	4	3	32
26	4	4	4	4	4	4	3	3	30
27	4	4	4	4	4	4	2	3	29
28	4	4	5	3	4	4	5	3	32
29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	3	4	4	4	4	4	4	4	31
31	4	4	4	4	4	4	5	4	33
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	3	3	4	4	5	4	31
34	4	4	4	4	4	5	3	3	31
35	4	4	3	4	3	4	4	4	30
36	5	5	4	5	5	3	3	3	33
37	4	3	4	4	4	5	5	4	33
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	5	5	5	5	5	5	5	39
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	5	4	4	4	4	4	35
42	4	4	4	5	5	3	4	3	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	4	4	5	3	5	5	5	36

Nomor Butir Kuesioner - Keputusan Pembelian (Y)									
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Total
137	5	5	5	5	5	5	5	5	40
138	4	4	4	4	4	4	4	4	32
139	5	5	4	4	5	3	5	4	35
140	5	3	5	4	5	5	4	4	35
141	5	5	5	5	5	5	5	5	40
142	4	4	3	3	3	3	3	3	26
143	3	4	4	3	4	4	5	5	32
144	4	4	4	4	4	5	4	4	33
145	5	5	4	4	5	3	4	5	35
146	4	4	4	4	4	4	4	4	32
147	4	4	5	4	5	5	4	4	35
148	5	5	5	5	5	5	5	5	40
149	4	5	3	4	4	4	3	4	31
150	4	4	4	3	3	3	3	3	27
151	5	5	5	5	5	4	5	5	39
152	5	5	5	5	5	3	3	3	34
153	5	5	4	3	5	5	4	5	36
154	4	5	5	4	4	5	5	5	37
155	5	5	5	4	5	4	3	3	34
156	5	4	5	4	3	4	4	4	33
157	4	5	4	4	5	4	4	4	34
158	4	4	4	4	5	5	5	5	36
159	4	4	4	4	4	4	3	3	30
160	4	4	4	5	3	4	5	4	33

Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27954364
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.058
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

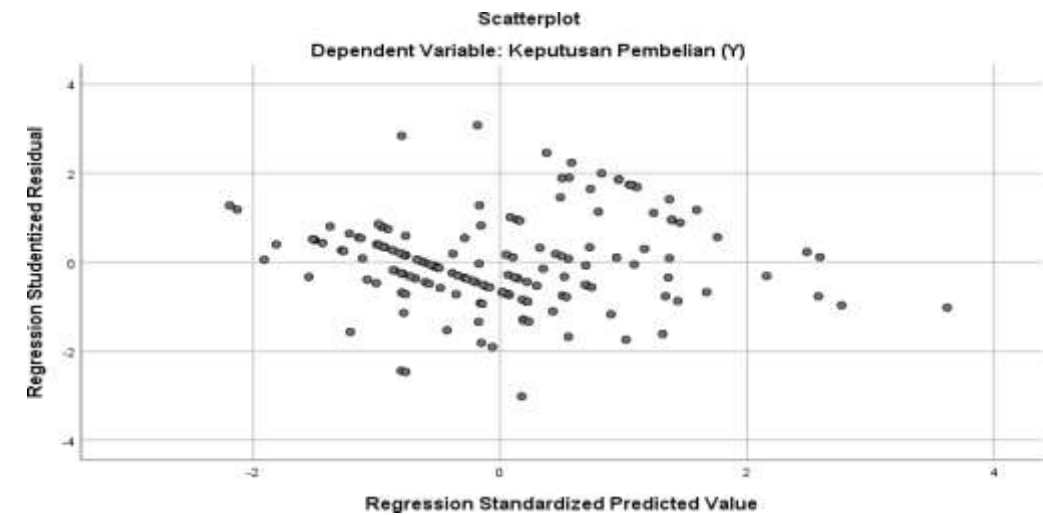
Lampiran 13 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	.992	1.008
Keragaman Produk (X2)	.995	1.005
Kualitas Pelayanan (X3)	.994	1.006

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Lampiran 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	13.444	2.438
	Harga (X1)	-.116	.058
	Keragaman Produk (X2)	.309	.033
	Kualitas Pelayanan (X3)	.525	.054

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 16 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.515	.000
	Harga (X1)	-1.993	.048
	Keragaman Produk (X2)	9.266	.000
	Kualitas Pelayanan (X3)	9.797	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 17 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	927.760	3	309.253	58.391	.000 ^b
	Residual	826.215	156	5.296		
	Total	1753.975	159			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keragaman Produk (X2), Harga (X1)

Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.520	2.301

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keragaman Produk (X2), Harga (X1)

Lampiran 19 Tabel t dan r

df	Tabel t one tail	Tabel t two tail	Tabel r one tail	Tabel r two tail
1	6.3138	12.7062	0.9877	0.9969
2	2.9200	4.3027	0.9000	0.9600
3	2.3534	3.1824	0.8054	0.8783
4	2.1318	2.7764	0.7293	0.8114
5	2.0150	2.5708	0.6694	0.7545
6	1.9432	2.4469	0.6215	0.7067
7	1.8946	2.3646	0.5822	0.6664
8	1.8595	2.3060	0.5494	0.6319
9	1.8331	2.2622	0.5214	0.6021
10	1.8125	2.2281	0.4973	0.5760
11	1.7959	2.2010	0.4762	0.5529
12	1.7823	2.1788	0.4575	0.5324
13	1.7709	2.1604	0.4409	0.5140
14	1.7613	2.1448	0.4259	0.4973
15	1.7531	2.1314	0.4124	0.4821
16	1.7459	2.1199	0.4000	0.4683
17	1.7396	2.1098	0.3887	0.4555
18	1.7341	2.1009	0.3783	0.4438
19	1.7291	2.0930	0.3687	0.4329
20	1.7247	2.0860	0.3598	0.4227
21	1.7207	2.0796	0.3515	0.4132
22	1.7171	2.0739	0.3438	0.4044
23	1.7139	2.0687	0.3365	0.3961
24	1.7109	2.0639	0.3297	0.3882
25	1.7081	2.0595	0.3233	0.3809
26	1.7056	2.0555	0.3172	0.3739
27	1.7033	2.0518	0.3115	0.3673
28	1.7011	2.0484	0.3061	0.3610
29	1.6991	2.0452	0.3009	0.3550
30	1.6973	2.0423	0.2960	0.3494
31	1.6955	2.0395	0.2913	0.3440
32	1.6939	2.0369	0.2869	0.3388
33	1.6924	2.0345	0.2826	0.3338
34	1.6909	2.0322	0.2785	0.3291
35	1.6896	2.0301	0.2746	0.3246
36	1.6883	2.0281	0.2709	0.3202
37	1.6871	2.0262	0.2673	0.3160
38	1.6860	2.0244	0.2638	0.3120
39	1.6849	2.0227	0.2605	0.3081
40	1.6839	2.0211	0.2573	0.3044
41	1.6829	2.0195	0.2542	0.3008
42	1.6820	2.0181	0.2512	0.2973
43	1.6811	2.0167	0.2483	0.2940
44	1.6802	2.0154	0.2455	0.2907
45	1.6794	2.0141	0.2429	0.2876
46	1.6787	2.0129	0.2403	0.2845
47	1.6779	2.0117	0.2377	0.2816
48	1.6772	2.0106	0.2353	0.2787
49	1.6766	2.0096	0.2329	0.2759
50	1.6759	2.0086	0.2306	0.2732
51	1.6753	2.0076	0.2284	0.2706
52	1.6747	2.0066	0.2262	0.2681
53	1.6741	2.0057	0.2241	0.2656
54	1.6736	2.0049	0.2221	0.2632
55	1.6730	2.0040	0.2201	0.2609
56	1.6725	2.0032	0.2181	0.2586
57	1.6720	2.0025	0.2162	0.2564
58	1.6716	2.0017	0.2144	0.2542
59	1.6711	2.0010	0.2126	0.2521
60	1.6706	2.0003	0.2108	0.2500
61	1.6702	1.9996	0.2091	0.2480
62	1.6698	1.9990	0.2075	0.2461
63	1.6694	1.9983	0.2058	0.2441
64	1.6690	1.9977	0.2042	0.2423
65	1.6686	1.9971	0.2027	0.2404

66	1.6683	1.9966	0.2012	0.2387
67	1.6679	1.9960	0.1997	0.2369
68	1.6676	1.9955	0.1982	0.2352
69	1.6672	1.9949	0.1968	0.2335
70	1.6669	1.9944	0.1954	0.2319
71	1.6666	1.9939	0.1940	0.2303
72	1.6663	1.9935	0.1927	0.2287
73	1.6660	1.9930	0.1914	0.2272
74	1.6657	1.9925	0.1901	0.2257
75	1.6654	1.9921	0.1888	0.2242
76	1.6652	1.9917	0.1876	0.2227
77	1.6649	1.9913	0.1864	0.2213
78	1.6646	1.9908	0.1852	0.2199
79	1.6644	1.9905	0.1841	0.2185
80	1.6641	1.9901	0.1829	0.2172
81	1.6639	1.9897	0.1818	0.2159
82	1.6636	1.9893	0.1807	0.2146
83	1.6634	1.9890	0.1796	0.2133
84	1.6632	1.9886	0.1786	0.2120
85	1.6630	1.9883	0.1775	0.2108
86	1.6628	1.9879	0.1765	0.2096
87	1.6626	1.9876	0.1755	0.2084
88	1.6624	1.9873	0.1745	0.2072
89	1.6622	1.9870	0.1735	0.2061
90	1.6620	1.9867	0.1726	0.2050
91	1.6618	1.9864	0.1716	0.2039
92	1.6616	1.9861	0.1707	0.2028
93	1.6614	1.9858	0.1698	0.2017
94	1.6612	1.9855	0.1689	0.2006
95	1.6611	1.9853	0.1680	0.1996
96	1.6609	1.9850	0.1671	0.1986
97	1.6607	1.9847	0.1663	0.1975
98	1.6606	1.9845	0.1654	0.1966
99	1.6604	1.9842	0.1646	0.1956
100	1.6602	1.9840	0.1638	0.1946
101	1.6601	1.9837	0.1630	0.1937
102	1.6599	1.9835	0.1622	0.1927
103	1.6598	1.9833	0.1614	0.1918
104	1.6596	1.9830	0.1606	0.1909
105	1.6595	1.9828	0.1599	0.1900
106	1.6594	1.9826	0.1591	0.1891
107	1.6592	1.9824	0.1584	0.1882
108	1.6591	1.9822	0.1576	0.1874
109	1.6590	1.9820	0.1569	0.1865
110	1.6588	1.9818	0.1562	0.1857
111	1.6587	1.9816	0.1555	0.1848
112	1.6586	1.9814	0.1548	0.1840
113	1.6585	1.9812	0.1541	0.1832
114	1.6583	1.9810	0.1535	0.1824
115	1.6582	1.9808	0.1528	0.1816
116	1.6581	1.9806	0.1522	0.1809
117	1.6580	1.9804	0.1515	0.1801
118	1.6579	1.9803	0.1509	0.1793
119	1.6578	1.9801	0.1502	0.1786
120	1.6577	1.9799	0.1496	0.1779
121	1.6575	1.9798	0.1490	0.1771
122	1.6574	1.9796	0.1484	0.1764
123	1.6573	1.9794	0.1478	0.1757
124	1.6572	1.9793	0.1472	0.1750
125	1.6571	1.9791	0.1466	0.1743
126	1.6570	1.9790	0.1460	0.1736
127	1.6569	1.9788	0.1455	0.1729
128	1.6568	1.9787	0.1449	0.1723
129	1.6568	1.9785	0.1443	0.1716
130	1.6567	1.9784	0.1438	0.1710
131	1.6566	1.9782	0.1432	0.1703
132	1.6565	1.9781	0.1427	0.1697
133	1.6564	1.9780	0.1422	0.1690
134	1.6563	1.9778	0.1416	0.1684
135	1.6562	1.9777	0.1411	0.1678

136	1.6561	1.9776	0.1406	0.1672
137	1.6561	1.9774	0.1401	0.1666
138	1.6560	1.9773	0.1396	0.1660
139	1.6559	1.9772	0.1391	0.1654
140	1.6558	1.9771	0.1386	0.1648
141	1.6557	1.9769	0.1381	0.1642
142	1.6557	1.9768	0.1376	0.1637
143	1.6556	1.9767	0.1371	0.1631
144	1.6555	1.9766	0.1367	0.1625
145	1.6554	1.9765	0.1362	0.1620
146	1.6554	1.9763	0.1357	0.1614
147	1.6553	1.9762	0.1353	0.1609
148	1.6552	1.9761	0.1348	0.1603
149	1.6551	1.9760	0.1344	0.1598
150	1.6551	1.9759	0.1339	0.1593
151	1.6550	1.9758	0.1335	0.1587
152	1.6549	1.9757	0.1330	0.1582
153	1.6549	1.9756	0.1326	0.1577
154	1.6548	1.9755	0.1322	0.1572
155	1.6547	1.9754	0.1318	0.1567
156	1.6547	1.9753	0.1313	0.1562
157	1.6546	1.9752	0.1309	0.1557
158	1.6546	1.9751	0.1305	0.1552
159	1.6545	1.9750	0.1301	0.1547
160	1.6544	1.9749	0.1297	0.1543
161	1.6544	1.9748	0.1293	0.1538
162	1.6543	1.9747	0.1289	0.1533
163	1.6543	1.9746	0.1285	0.1528
164	1.6542	1.9745	0.1281	0.1524
165	1.6541	1.9744	0.1277	0.1519
166	1.6541	1.9744	0.1273	0.1515
167	1.6540	1.9743	0.1270	0.1510
168	1.6540	1.9742	0.1266	0.1506
169	1.6539	1.9741	0.1262	0.1501
170	1.6539	1.9740	0.1258	0.1497
171	1.6538	1.9739	0.1255	0.1493
172	1.6538	1.9739	0.1251	0.1488
173	1.6537	1.9738	0.1247	0.1484
174	1.6537	1.9737	0.1244	0.1480
175	1.6536	1.9736	0.1240	0.1476
176	1.6536	1.9735	0.1237	0.1471
177	1.6535	1.9735	0.1233	0.1467
178	1.6535	1.9734	0.1230	0.1463
179	1.6534	1.9733	0.1226	0.1459
180	1.6534	1.9732	0.1223	0.1455
181	1.6533	1.9732	0.1220	0.1451
182	1.6533	1.9731	0.1216	0.1447
183	1.6532	1.9730	0.1213	0.1443
184	1.6532	1.9729	0.1210	0.1439
185	1.6531	1.9729	0.1207	0.1435
186	1.6531	1.9728	0.1203	0.1432
187	1.6530	1.9727	0.1200	0.1428
188	1.6530	1.9727	0.1197	0.1424
189	1.6530	1.9726	0.1194	0.1420
190	1.6529	1.9725	0.1191	0.1417
191	1.6529	1.9725	0.1188	0.1413
192	1.6528	1.9724	0.1184	0.1409
193	1.6528	1.9723	0.1181	0.1406
194	1.6527	1.9723	0.1178	0.1402
195	1.6527	1.9722	0.1175	0.1398
196	1.6527	1.9721	0.1172	0.1395
197	1.6526	1.9721	0.1169	0.1391
198	1.6526	1.9720	0.1166	0.1388
199	1.6525	1.9720	0.1164	0.1384
200	1.6525	1.9719	0.1161	0.1381
201	1.6525	1.9718	0.1158	0.1378
202	1.6524	1.9718	0.1155	0.1374
203	1.6524	1.9717	0.1152	0.1371
204	1.6524	1.9717	0.1149	0.1367
205	1.6523	1.9716	0.1146	0.1364

Lampiran 20 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.7
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.7

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72



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 : info@eka-prasetya.ac.id

Nomor : 5800/R/STIE-EP/X1/2022
Lamp. :
Hal : "Observasi"

Medan, 22 November 2022

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Usaha Teknik
Di
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Filbert Filmore
NIM	: 181010071
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Usaha Teknik

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

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikasikan 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

USAHA TEKNIK

MENYEDIKAN ALAT - ALAT INDUSTRI DAN PERRENGKELAN
JALAN CIREBON NO. 69-B TELP. 061 4143361
MEDAN 20212 SUMATERA UTARA-INDONESIA

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mery
Jabatan : Pemilik Usaha Teknik

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan penelitian serta mengumpulkan data pada usaha ini kepada:

Nama : Filbert Filmore
NIM : 181010071
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Usaha Teknik

Demikian surat keterangan ini diperbuat dengan sebenar - benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 22 Desember 2022

Pemilik Usaha Teknik

USAHA TEKNIK
MEDAN

Mery



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA

Filbert Ekmora

NIM

181010071

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN

No	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR			Tanda Tangan Peng. Seminar
		JUDUL PROPOSAL	NIM		
1	10-2-23	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian spring bed Ocean pada PT. Ocean Centre Furniture	191010104		}
2	10-2-23	JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh kuantitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan orang tua murid disekolah gunung mung	191010111		
3	13-2-23	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh periklanan, pengetahuan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk CV. Alga Medan	191010069		
4	13-2-23	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh harga, promosi, dan market place terhadap keputusan pembelian PT. Celipin Multi. Utama Medan	191010075		
5	13-2-23	JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian pada CV. Great Design	191010076		
		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. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU Bimbingan dan Pengawasan
1



Nama Mahasiswa : Filwark Filmore
NIM : 181010071
Konsentrasi : ~~Manajemen~~ : Manajemen Sistem Informasi
IPKWA : 085361261153 Email : Filwark.Filmore.08.11@gmail.com
Alamat Tempat tinggal : Kamp waringin Indah no 33ah
Nama Dosen Pembimbing 1 : Dra. Pesta Gultom, M.M
Nama Dosen Pembimbing 2 : Bambang Ariyo, SE, M.M
Urutan Singkat Bimbingan

Tanggal		Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
04-9-2022	Revisi Judul		
20-9-2022	Ace Judul lanjut ke proposal		
10-11-2022	Aspek dan judul karena sudah cukup riset, dan		
15-11-2022	untuk menguraikan kumpul riset maka akan variabel (kemungkinan)		
01-11-2022	Ace Judul		
15-11-2022	variabel X2 & variabel Y ace sebagai variabel di		
	untuk menunjukkan data sumber		
11-1-2023	Ace Indikator		
18-1-2023	Revisi Bab 1, Bab 2, Bab 3		
06-2-2023	Revisi Bab 2		
13-2-2023	Ace Lampiran		
17-3-2023	Aspek kuesioner		
30-3-2023	Ditaksi kuesioner		
21-3-2023	Ace kuesioner lanjut parafita kumpul data		
09-4-2023	video bagi kuesioner ok, tabulasi data ok, uji validasi, uji reliabilitas		
3-5-2023	Ditaksi Bab 4 & Bab 5		
9-5-2023	Ace sidang meji hijau		

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

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

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



STIE EKA PRASETYA MEDIAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN DAN BINA
2



Nama Mahasiswa : Filbert Filmore
NIM : 181010071
Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran dan Manajemen
IPSWA : 085361061155
Alamat Tempat : Jalan Waringin Kamp Waringin Indah No 53
Nama Dosen Pembimbing 1 : Dra. Pesta Gutom, M.M.
Nama Dosen Pembimbing 2 : Bambang Sutopo, SE, M.M.
Urutan Singkat Bimbingan

Tanggal		Pasal / Nama Pembimbing
1-2-23	Ace	
3-2-23	Revisi Part I, Part II Part III	
6-2-23	Revisi Part II	
8-2-23	Ace	
13-3-23	Revisi Kuesioner	
15-3-23	Ace	

REVISI SIDANG

Tanggal

Urutan Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi

Ttd Dosen Penguji

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Henny Dorthy Elyusy Sisaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	:	Filbert Filmore
Tempat / Tanggal Lahir	:	Medan / 08 – 11 – 2000
Jenis Kelamin	:	Laki - Laki
Alamat	:	Jl. Waringin Komplek Waringin Indah No. 33
Alamat Email	:	filbertfilmore.08.11@gmail.com
Agama	:	Buddha
Status	:	Belum Menikah
Handphone (HP)	:	085361861155

RIWAYAT PENDIDIKAN

1.	Tahun 2008 s/d Tahun 2014	:	SD Sutomo – 1
2.	Tahun 2014 s/d Tahun 2016	:	SMP Sutomo – 1
3.	Tahun 2016 s/d Tahun 2018	:	SMA Sutomo – 1
4.	Tahun 2018 s/d Tahun 2023	:	STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

Mei 2020 s/d Sekarang	:	Freelance
-----------------------	---	-----------

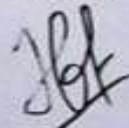
DATA ORANGTUA

Nama Ibu	:	Mery
Pekerjaan	:	Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	:	-
Alamat	:	Jl. Waringin Komplek Waringin Indah No. 33

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 15 Mei 2023

Penulis,



Filbert Filmore

181010071