

PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPERASI SISWA SMKN 4 JEMBER

Silvia Eka Agustin Banar¹⁾, Achadyah Prabawati²⁾.

¹⁾ Prodi Ilmu Administrasi Niaga

STIA Pembangunan Jember

email: ekasilvia203@gmail.com

²⁾ Dosen Prodi Ilmu Administrasi Niaga

STIA Pembangunan Jember

email: achadyahprabawati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi, sehingga koperasi siswa dituntut untuk efisien dalam beroperasi, agar dapat terus menerus meningkatkan kemampuan bersaing dengan para pesaing. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Hasil analisis diperoleh pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi Siswa SMKN 4 Jember sebesar 89% sesuai dengan koefisien determinasi $R^2 = 0,889$. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} = 398,407 > F_{tabel} = 3,09$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara bersama - sama perputaran harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga ini dapat dikatakan mempunyai hubungan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dan signifikan yaitu dibuktikan dengan $t_{hitung} = 19,968$ yang lebih besar dari $t_{tabel} = 1,984$. Selain itu juga dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial keragaman produk ini dapat dikatakan mempunyai hubungan tidak ada pengaruh atau sangat lemah terhadap keputusan pembelian yang tidak signifikan yaitu dibuktikan dengan $t_{hitung} = 1,859$ yang lebih kecil dari $t_{tabel} = 1,984$. Selain itu juga dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,066 > 0,05$.

Kata kunci : Harga, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is backed by the tougher business competition conditions in the globalisation era, so that students' cooperative is required to be efficient in operation, in order to continuously improve the ability to compete with competitors. As for the problem of this research is "is there any influence on the price and diversity of products to purchase decisions on cooperative students of SMKN 4 Jember" The purpose of this research is to know if there is a price influence and diversity of products To purchase decisions on cooperative students of SMKN 4 Jember.

The results of the analysis obtained the influence of prices and diversity of products to the decision of purchasing on the students cooperative SMKN 4 Jember amounted to 89% according to the coefficient of determination of $R^2 = 0.889$. This is evidenced by the $F_{count} = 398.407 > F_{tabel} = 3.09$ with significance of $0.000 < 0.05$ which means that collectively the price turnover and diversity of the product affect the purchasing decision. Partially this price can be said to have a positive influence on the purchasing decision and significant that is evidenced by $T_{hitung} = 19.968$ which is greater than 1.984. It is also evidenced by the significance value of $0.000 < 0.05$. Partial diversity of this product can be said to have no relation of influence or very weak against insignificant purchasing decisions that are evidenced by $T_{hitung} = 1.859$ which is smaller than 1.984. It is also evidenced by the significance value of $0.066 > 0.05$.

Keywords: Price, product diversity and purchase decisions

1. PENDAHULUAN

1.1 Lata Belakang

Koperasi kini sebagai tiang perekonomian nasional yang diharapkan mampu bertahan terhadap berbagai guncangan yang terjadi di Indonesia. Kondisi perekonomian yang belum stabil mengakibatkan berbagai unit bisnis mengalami kerugian bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Hal tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh koperasi, karena pada saat ini kedudukan koperasi itu sejajar dengan unit usaha lainnya. Yakni koperasi tidak hanya sebagai kumpulan orang-orang yang bertujuan untuk kesejahteraan anggotanya saja, akan tetapi koperasi juga dituntut untuk berkiprah dalam mendapatkan keuntungan yang optimal yang merupakan bagian integral tata perekonomian nasional.

Koperasi sekolah mempunyai pengertian yaitu koperasi yang di dirikan di lingkungan sekolah yang anggota-anggotanya terdiri atas siswa sekolah. Usaha dagang adalah bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan tanpa merubah kondisi barang sedikitpun. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.

Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan tentang kegiatan pemasaran yang meningkatkan nilai untuk digunakan, kegiatan pemasaran tampil dalam semua bentuk. Satu lukisan tradisional tentang kegiatan pemasaran adalah bauran pemasaran yang didefinisikan sebagai alat pemasaran yang dilakukan dan digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya (Kotler, 2002). McCarthy dan Cannon (2008) mengklasifikasikan alat-alat pemasaran menjadi 4 kelompok yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi.

Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang dilakukan oleh Koperasi siswa SMKN 4 Jember adalah harga dan keragaman produk, dikarenakan dari keempat bauran pemasaran tersebut harga lah yang menghasilkan yang dapat menaikkan laba sedangkan yang lain yang hanya mengeluarkan biaya saja. Selain harga permasalahan yang terjadi di Koperasi siswa SMKN 4 Jember adalah keragaman produk. Konsumen akan membeli produk di suatu tempat apabila semua kebutuhan dapat terpenuhi pada tempat tersebut.

Permasalahan pertama yang terjadi pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember adalah harga yang ditawarkan itu masih berada diatas para pesaing yaitu Indomaret. Indomaret pada setiap harinya melakukan program-program menarik misalnya potongan harga dan beli 2 gratis 1 sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen yaitu siswa untuk membeli di Koperasi siswa SMKN 4 Jember dikarenakan konsumen beranggapan bahwa produk yang dijual di Indomaret itu lebih murah dibandingkan Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Permasalahan kedua yang terjadi pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember adalah produk yang dijual kurang beragam dibandingkan dengan para pesaing. Koperasi siswa SMKN 4 Jember hanya menjual ATK, makanan, foto copy, dan minuman sedangkan pesaing (Indomaret) itu menjual produk yang beragam misalnya saja aneka roti, aneka buah, aneka jus dan aneka alat kebutuhan rumah tangga sehingga para konsumen lebih senang membeli produk di Indomaret dikarenakan barang yang mereka jual itu lebih lengkap dibandingkan oleh Koperasi siswa SMKN 4 Jember. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Koperasi Siswa SMKN 4 Jember”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara simultan?
2. Seberapa besar pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara parsial?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara parsial?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan keragaman produk terhadap pembelian siswa pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara simultan.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember secara parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini antara lain yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta kajian mengenai faktor yang berperan penting dalam bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian khususnya di sekolah.
2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi Peneliti

Memberikan alternatif penelitian dibidang administrasi bisnis yang khususnya berkaitan dengan harga dan keragaman produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa lainnya maupun seluruh kalangan yang membutuhkan referensi pada penelitian ini.
 - b) Bagi Pengelola Koperasi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola koperasi khususnya Koperasi Siswa SMKN 4 Jember untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan yang diteliti dalam penelitian ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Koperasi siswa SMKN 4 Jember yang berlokasi di Jalan Kartini No. 01 Kabupaten Jember. Penelitian atau observasi ini dilakukan selama tiga bulan, yaitu pada bulan juli sampai dengan bulan september 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Koperasi siswa SMKN 4 Jember yang terdiri dari siswa, pegawai Pemkab Jember dan masyarakat umum. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Rao Purba dan Kharis (2006). Sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 100 orang. Sampel diambil dengan teknik *accidental sampling*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang telah di bagikan kepada

Konsumen di Koperasi siswa SMKN 4 Jember dan observasi yang dilakukan di Koperasi siswa SMKN 4 Jember. data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel dan lain-lain yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X) yaitu harga dan keragaman produk. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 untuk mempermudah dalam pengolahan dan analisis data.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain yaitu :

1. Uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.
2. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas.
3. Analisa regresi linear berganda yang bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel independen (harga dan keragaman produk) dan independen (keputusan pembelian). adapun persamaan model regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

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

4. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$.
5. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji F dengan maksud untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan.

Kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.

1. H_a diterima jika ρ value $< 0,05$ berarti variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. H_a ditolak jika ρ value $> 0,05$ berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 3.1
Hasil Uji validitas instrumen

| Variabel | Item Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----------|----------------------------------------------|----------|---------|------------|
| Harga | Harga sangat terjangkau | 0,560 | 0,197 | Valid |
| | Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan | 0,599 | 0,197 | Valid |
| | Harga mampu bersaing dengan para pesaing | 0,544 | 0,197 | Valid |
| | Harga sesuai dengan manfaat produk | 0,581 | 0,197 | Valid |

| | | | | |
|---------------------|---------------------------------------|-------|-------|-------|
| Keragaman Produk | Produk yang dijual lengkap | 0,706 | 0,197 | Valid |
| | Memberikan berbagai variasi produk | 0,665 | 0,197 | Valid |
| | Memiliki berbagai lini produk | 0,490 | 0,197 | Valid |
| Keputusan Pembelian | Menentukan jumlah pembelian | 0,493 | 0,197 | Valid |
| | Menentukan kapan akan membeli | 0,561 | 0,197 | Valid |
| | Merasa puas dengan produk yang dibeli | 0,678 | 0,197 | Valid |
| | Akan membeli kembali | 0,510 | 0,197 | Valid |
| | Mengrekomendasikan kepada orang lain | 0,307 | 0,197 | Valid |

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Dari tabel – tabel diatas dapat di ketahui bahwa masing – masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,197) dan bernilai positif. Artinya semua kuesioner menghasilkan data yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel | <i>N of Item</i> | <i>Alpha Cronbach's</i> | r Tabel | Keterangan |
|---------------|------------------|-------------------------|----------------|-------------------|
| X1 (Harga) | 4 | 0,311 | 0,197 | Reliabel |
| X2 (Produk) | 3 | 0,223 | 0,197 | Reliabel |
| Y (Pembelian) | 5 | 0,280 | 0,197 | Reliabel |

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

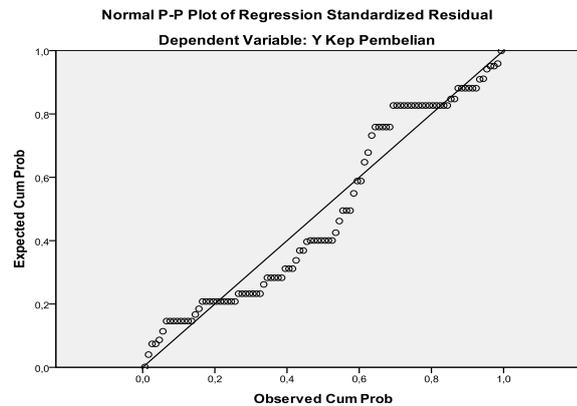
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Alpha cronbach's* semua variabel berada diatas r tabel (0,197). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang handal untuk digunakan.

3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dari gambar dibawah ini terlihat bahwa nilai plot PP terletak disekitar garis diagonal sehingga bisa diartikan bahwa distribusi data keputusan pembelian adalah normal, sehingga dapat dilakukan regresi dengan linear berganda.

Gambar 3.1
Normal Probability Plot



Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.3
Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Collinearity Statistics | | Kesimpulan |
|----------------|-------------------------|-------|-----------------------|
| | Tolerance | VIF | |
| 1 (Constant) | | | |
| X1 Harga | 0,566 | 1,767 | Non Multikolinearitas |
| X2 K Produk | 0,566 | 1,767 | Non Multikolinearitas |

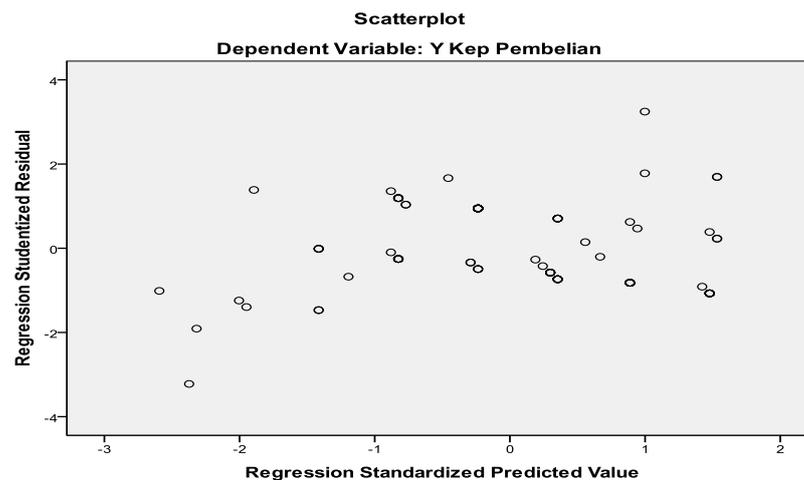
a. Dependent Variable: Y Kep Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai VIF kedua variabel tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi sehingga data siap untuk dianalisa regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* dibawah ini menunjukkan bahwa terdapat pola tertentu yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.



Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

3.3 Analisis Regresi Berganda

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (harga dan keragaman produk) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil olahan statistik yang dibantu oleh program SPSS 18 for windows sesuai dengan tabel dibawah ini.

Tabel 3.4
Uji pengaruh secara simultan

Model Summary^b

| Mode | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,944 ^a | 0,891 | 0,889 | 0,69794 | 1,753 |

a. Predictors: (Constant), Keragaman produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Data tabel menunjukan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan *Adjusted R Square* yang mempunyai nilai koefisien sebesar 0,889 dapat diartikan bahwa harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 89%. Sementara 11% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitimisalnya variabel lokasi dan promosi.

2. Koefisien Regresi Berganda

Koefisien regresi berganda dapat dirumuskan dengan $Y = a + bx$ dan sesuai dengan hasil SPSS berikut maka diperoleh sebagaimana berikut :

Tabel 3.5
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,048 | 0,706 | | 1,485 | 0,141 |
| | Harga | 1,058 | 0,053 | 0,888 | 19,968 | 0,000 |
| | Keragaman produk | 0,109 | 0,059 | 0,083 | 1,859 | 0,066 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 1,048 + 1,058 X_1 + 0,109 X_2$$

Dari formulasi regresi berganda diatas maka dapat diartikan sebagai mana berikut:

- Konstanta sebesar 1,048 dapat diartikan bahwa tanpa dipengaruhi oleh faktor harga dan keragaman produk maka keputusan pembelian sudah mempunyai kapasitas sebesar 1,048 .
- Koefisien sebesar 1,058 dapat diartikan dengan peningkatan Rp 1,- harga maka akan meningkatkan 1,058 satuan keputusan pembelian.
- Koefisien sebesar 0,109 dapat diartikan dengan peningkatan satu barang keragaman produk maka akan meningkatkan 0,109 satuan keputusan pembelian.

3.4 Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis secara Simultan

Sebelum membahas uji secara simultan, pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, terlebih dahulu dilakukan pengujian secara simultan. Uji simultan ini bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “Ada pengaruh yang signifikan antara harga dan keragaman produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember”.

Tabel 3.6
ANOVA^b

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1 Regression | 388,140 | 2 | 194,070 | 398,407 | 0,000 ^a |
| Residual | 47,250 | 97 | 0,487 | | |
| Total | 435,390 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), X2 K Produk, X1 Harga

b. Dependent Variable: Y Kep Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Uji simultan ini ditunjukkan dengan koefisien F hitung sebesar nilai 398,407 yang lebih besar dari koefisien F tabel sebesar 3,09 yang dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Signifikansi dari F hitung sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan 5% yaitu alpha 0,05. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama harga dan keragaman produk secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember” tidak dapat diterima, yang berarti menerima hipotesis alternatif pertama yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember”.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini, dalam hasil penghitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 3.7
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,048 | 0,706 | | 1,485 | 0,141 |
| | X1 Harga | 1,058 | 0,053 | 0,888 | 19,968 | 0,000 |
| | X2 K Produk | 0,109 | 0,059 | 0,083 | 1,859 | 0,066 |

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,048 | 0,706 | | 1,485 | 0,141 |
| | X1 Harga | 1,058 | 0,053 | 0,888 | 19,968 | 0,000 |
| | X2 K Produk | 0,109 | 0,059 | 0,083 | 1,859 | 0,066 |

a. Dependent Variable: Y Kep Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 18.0

Uji parsial ini ditunjukkan dengan koefisien t hitung variable X_1 sebesar nilai 19,968 yang lebih besar dari koefisien t tabel sebesar 1,984. Dengan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 maka H_a dapat diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan t hitung variabel X_2 lebih kecil dari pada nilai t tabel sebesar 1,859 yang lebih kecil dari koefisien t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi di atas 0,05 yaitu sebesar 0,06 sehingga H_0 dapat diterima dan H_a ditolak

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa X_1 menerima H_a yang menyatakan “ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember” dan menolak H_0 . Sedangkan X_2 menerima H_0 dan menolak H_a yang menyatakan “tidak ada pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember”.

3.5 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

1. Pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Penelitian ini membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “Harga dan Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember” dapat diterima. Yang artinya harga dan keragaman produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, harga yang terlalu mahal dan terlalu murah akan menjadi pertimbangan yang sangat diperlukan mengingat kondisi keuangan seseorang berlainan. Keragaman produk juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk apa yang akan mereka beli, produk yang beragam akan meningkatkan kemauan konsumen dalam membeli. Jenis dan ragamnya suatu

produk dapat membangkitkan semangat konsumen dalam memilih produk yang paling mereka inginkan dan memilih kualitas yang terbaik menurut konsumen. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riandika dan Rois (2017) serta Hanifaradiz dan Satrio (2016) yang menyatakan bahwa harga dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Penelitian ini membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember” dapat diterima. Yang artinya harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember. Harga yang pas dan sesuai dengan daya beli dapat mempengaruhi keinginan pembelian akan suatu produk yang memang diinginkan oleh konsumen. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riandika dan Rois (2017) serta Hanifaradiz dan Satrio (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember.

Penelitian ini membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan “Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Koperasi siswa SMKN 4 Jember” tidak dapat diterima. Yang artinya keragaman produk tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Koperasi siswa SMKN 4 Jember. Produk yang dijual lengkap, memberikan berbagai variasi produk dan memiliki berbagai lini produk tidak dapat memenuhi keinginan konsumen sehingga konsumen dapat beralih kepada toko lain untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan setiap harinya. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wilujeng dan Mudzakkir (2015) yang menyatakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 398,407 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 19,968 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 1,058.

3. Keragaman produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Koperasi siswa SMKN 4 Jember. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 1,859 dengan nilai signifikan sebesar 0,066 yang nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,066 > 0,05$). Dan nilai koefisien regresinya sebesar 0,109.

TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami persembahkan untuk:

- a. Dosen pembimbing skripsi yaitu Achadyah Prabawati, M.P.;
- b. Kepala Sekolah dan karyawan di SMKN 4 Jember, dan
- c. Para pihak di lingkungan STIA Pembangunan Jember yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Buchari, Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kesembilan. Alfabeth. Bandung.
- James F.Engel, Black Well, Roger dan Paul W.M. 2013. Perilaku Konsumen, The Dryden Pres, Bina Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta : PT Prehalindo..
- Lewis, Gregori. 1997. Teknik Menetapkan Harga. Jakarta : Gramedia.
- McCarthy dan Cannon, Perrealut. 2008. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Salemba empat.
- Rao Purba. 2006. Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager (February – March).
- Stanton, Wiliam J. 1998. Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid kesatu, Edisi ketujuh. Jakarta Erlangga.
- Jurnal :
- Anwar, Iful dan Satrio. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Maxime Housewares di Grand City Mall Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : STIESIA Surabaya.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Jurnal Manajemen. FE Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Hanifaradiz, Aliefia dan Satrio. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy di Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : STIESIA Surabaya.
- Riandika, Rahmad dan Arifin, Rois. 2017. Pengaruh Lokasi, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Mall Dinoyo City. e Jurnal Riset Manajemen : Unisma Surabaya.

Wilujeng, Sri dan Muzakkir, Mohammad. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Kota Malang. e Jurnal Riset Manajemen : Universitas Kanjuruhan Malang.

Internet :

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_kuantitatif diakses pada 8 Mei 2017
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kuantitatif diakses pada 9 Mei 2017.
www.spsstatistik.com/uji-validitas-dan-reliabilitas-dengan-spss/ diakses pada 8 Agustus 2017
<https://www.google.co.id/amps/s/naufala-ifatih.wordpress.com/2012/10/10/uji-instrumen/amp/> diakses pada 11 September 2017